

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA  
“DELICIAS AL CARBON”**

**JUAN FERNANDO SEVILLANO CORENA**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2007**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA  
“DELICIAS AL CARBON”**

**JUAN FERNANDO SEVILLANO CORENA**

**Creación de Empresa para optar al título de Profesional en Mercadeo y  
Negocios Internacionales.**

**Director  
HENRY ROJAS  
Economista**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
SANTIAGO DE CALI  
2007**

Nota de aceptación:

Aprobado por el comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la universidad Autónoma de Occidente para optar al título de profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales.

Docente RICARDO LOPEZ

Jurado

Docente JOAQUIN GUEVARA

Jurado

Santiago de Cali, 02 de febrero de 2007

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mi padre Fernando, a mi hermana Laura y al profesor Henry Rojas por haberme colaborado en el momento en que necesité de sus ayudas para llevar a cabo este proyecto.

También agradezco a mi madre Martha, por haberme brindado apoyo ante una difícil y apresurada decisión, ya que gracias a ella, me sentí capaz de continuar desarrollando este plan de negocios; a mi novia Lina, que aunque me prestó su colaboración a lo ultimo, llegó en el momento mas indicado para hacerlo.

En el periodo de preparación del proyecto de grado, he aprendido muchas cosas con respecto al desarrollo de ideas, quedándome la satisfacción de poder haber desarrollado al menos una de ellas, que aunque me proporcionó varios dolores de cabeza, me enseñó a realizar con disciplina y esfuerzo una buena labor.

Gracias a todas aquellas personas que confiaron siempre en mi, no los desilusioné, cumplí con uno de los propósitos esperados por mucha gente, y en este momento siento una emoción indescriptible al verme en la cima de aquella montaña, la cual divisé desde el horizonte, creyéndome capaz de superarla.

Saludos y besos a mis abuelos Tito y Judith.

Les muchos éxitos en el camino que todos tomen todos y cada uno de ustedes.

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pág.</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>12</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>14</b>
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>15</b>
1.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO	15
1.2. OBJETIVO DEL PROYECTO	16
1.2.1. Objetivo principal	16
1.2.2. Objetivos específicos	16
1.2.3. Valor agregado	17
1.3. POTENCIAL DE MERCADO	17
1.4. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR	17
1.5. RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS	18
1.6. PROYECCIONES DE MERCADO Y POTENCIAL DE VENTAS – PLANEACION MUNICIPAL	19
1.7. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	19
<b>2. ANALISIS DE MERCADOS</b>	<b>20</b>
2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	20
2.1.1. Análisis del sector	20
2.1.2. Análisis del mercado	21
2.1.3. Análisis de la competencia	22
2.2. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	24

<b>2.2.1. Concepto del producto o servicio</b>	<b>24</b>
<b>2.2.2. Especificaciones</b>	<b>24</b>
<b>2.2.3. Estrategias de distribución</b>	<b>26</b>
<b>2.2.4. Estrategias de precios</b>	<b>27</b>
<b>2.2.5. Estrategias de promoción</b>	<b>27</b>
<b>2.2.6. Estrategias de comunicación</b>	<b>28</b>
<b>2.2.7. Estrategias de servicio</b>	<b>29</b>
<b>2.2.8. Presupuesto de la mezcla de mercadeo</b>	<b>29</b>
<b>2.3. PROYECCIONES DE VENTA</b>	<b>29</b>
<b>2.3.1. Proyecciones de venta por producto</b>	<b>30</b>
<b>2.3.1.1. Proyecciones de ventas: Arepa Especial</b>	<b>31</b>
<b>2.3.1.2. Proyecciones de ventas: Arepa con Pollo</b>	<b>32</b>
<b>2.3.1.3. Proyecciones de ventas: Chorizos</b>	<b>32</b>
<b>2.3.1.4. Proyecciones de ventas: Arepa con Carne</b>	<b>33</b>
<b>2.3.1.5. Proyecciones de ventas: Picada de Anca</b>	<b>33</b>
<b>2.3.1.6. Proyecciones de ventas: Gaseosa</b>	<b>34</b>
<b>3. OPERACIÓN</b>	<b>35</b>
<b>3.1. FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO O SERVICIO</b>	<b>35</b>
<b>3.2. ESTADO DE DESARROLLO</b>	<b>35</b>
<b>3.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS</b>	<b>36</b>
<b>3.4. PLAN DE COMPRAS</b>	<b>38</b>

<b>4. ORGANIZACIÓN</b>	<b>39</b>
<b>4.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL</b>	<b>39</b>
4.1.1. Análisis DOFA	39
4.1.2. Debilidades	39
4.1.3. Oportunidades	39
4.1.4. Fortalezas	40
4.1.5. Amenazas	40
<b>5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>43</b>
<b>6. ASPECTOS LEGALES</b>	<b>44</b>
<b>6.1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES</b>	<b>44</b>
<b>7. MODULO FINANCIERO</b>	<b>45</b>
<b>7.1. INVERSIONES</b>	<b>45</b>
<b>7.2. PRESUPUESTOS</b>	<b>46</b>
7.2.1. Flujo de caja	46
7.2.2. Estado de resultados	46
7.2.3. Balance general	46
<b>8. PLAN OPERATIVO</b>	<b>47</b>
<b>8.1. PRESUPUESTOS</b>	<b>47</b>
8.1.1. Gastos de arranque	47
8.1.2. Gastos de personal	47
8.1.3. Presupuesto de ingresos	47

<b>8.1.4. Presupuesto de componentes</b>	<b>47</b>
<b>8.1.5. Presupuesto de mano de obra</b>	<b>47</b>
<b>8.1.6. Depreciaciones y amortizaciones</b>	<b>48</b>
<b>8.1.7. Presupuesto de gastos de operación</b>	<b>48</b>
<b>8.1.8. Presupuesto de gastos y administración y ventas</b>	<b>48</b>
<b>8.1.9. Análisis de costos</b>	<b>48</b>
<b>9. IMPACTO DEL PROYECTO</b>	<b>50</b>
<b>9.1. IMPACTO ECONOMICO</b>	<b>50</b>
<b>9.2. IMPACTO SOCIAL</b>	<b>50</b>
<b>9.3. IMPACTO AMBIENTAL</b>	<b>50</b>
<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>51</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>53</b>



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1.</b> Precio de productos	27
<b>Tabla 2.</b> Participación del mercado objetivo por tipo de producto	30
<b>Tabla 3.</b> Proyección de ventas: Arepa especial	31
<b>Tabla 4.</b> Proyección de ventas: Arepa con pollo	32
<b>Tabla 5.</b> Proyección de ventas: Chorizos	32
<b>Tabla 6.</b> Proyección de ventas: Arepa con carne	33
<b>Tabla 7.</b> Proyección de ventas: Picada de Anca	33
<b>Tabla 8.</b> Proyección de ventas: Gaseosa	34
<b>Tabla 9.</b> Requerimiento de materias primas por producto	37
<b>Tabla 10.</b> Inversiones	45
<b>Tabla 11.</b> Estado de resultados	47
<b>Tabla 12.</b> Presupuesto de gastos de operación	48
<b>Tabla 13.</b> Presupuesto de gastos de administración	49
<b>Tabla 14.</b> Análisis de costos	49

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1.</b> Demanda porcentual de comidas rápidas a nivel nacional	21
<b>Figura 2.</b> Proceso de preparación de productos	36
<b>Figura 3.</b> Organigrama del negocio	43

pdfMachine trial version

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
<b>Anexo 1.</b> Políticas	53
<b>Anexo 2.</b> Proyección de ventas	54
<b>Anexo 3.</b> Presupuesto de activos fijos y depreciación	59
<b>Anexo 4.</b> Presupuesto ingresos	60
<b>Anexo 5.</b> Presupuesto de materias primas	61
<b>Anexo 6.</b> Presupuesto mano de obra	64
<b>Anexo 7.</b> Presupuesto de gastos	66
<b>Anexo 8.</b> Impuestos	67
<b>Anexo 9.</b> Análisis de costos	68
<b>Anexo 10.</b> Estado de resultados	69
<b>Anexo 11.</b> Utilidades de periodos proyectados	69
<b>Anexo 12.</b> Flujo de caja	70
<b>Anexo 13.</b> Balance general	72
<b>Anexo 14.</b> Flujo de caja neto	73

## RESUMEN

Este proyecto recoge los conocimientos adquiridos en de la educación superior, arrojando como resultado la implementación de la idea de negocio, la cual después de haber sido plasmada en el papel, contiene todas las actividades necesarias y de ley para poderse desarrollar.

Entre estas se encuentran:

El **RESUMEN EJECUTIVO** presenta los datos fundamentales en donde se describe el negocio, su mercado, las ventajas competitivas y las inversiones requeridas, al igual que las proyecciones de ventas establecidas y la rentabilidad que generará en un periodo de 3 años. También se analiza la viabilidad del negocio, desde el punto de vista financiero.

La **INVESTIGACION DE MERCADOS** da a conocer la procedencia de los datos. Se determina el mercado potencial del proyecto, utilizando las herramientas convencionales para conseguir la información presentada, la cual en ocasiones ha sido extraída de fuentes secundarias, de estudios sobre el comportamiento del cliente y de la competencia, vía medios electrónicos, presenciales, escritos y de conocimiento propio. En consecuencia, el estudio permite precisar el mercado actual del proyecto e inferir su crecimiento para lograr la proyección de ventas que se expone mas adelante.

Dentro de las **ESTRATEGIAS DE MERCADEO** se encuentran plasmadas las especificaciones y el concepto de cada producto. También hace alusión a las diferentes estrategias de venta que se desarrollarán con el fin específico de atraer al cliente.

Posteriormente, la **PROYECCION DE VENTA**, define las cantidades proyectadas tanto en unidades como en valores, en el periodo de tiempo determinado. En los anexos se demuestran los orígenes y destinos de los ingresos y egresos respectivos del negocio.

En **CAPITULO OPERACIÓN** se describen las características técnicas del producto y del proceso que se lleva a cabo desde la compra de la materia prima hasta la preparación y empaque del producto final.

En el **CAPITULO ORGANIZACIÓN** se presenta la estrategia y estructura organizacional, la información de constitución y los aspectos legales.

En el **CAPITULO FINANCIERO** se muestra la viabilidad del proyecto mediante el uso de tablas que contienen las proyecciones de materia prima, mano de obra, costos y gastos para desembocar en el estado de resultados, flujo de caja, balance general y calculo de la rentabilidad del proyecto. Estará el cuadro de inversiones junto al Flujo de Caja, P&G, Balance General y las proyecciones financieras del negocio.

Consecutivamente, los **PRESUPUESTOS** reflejarán los gastos de arranque referentes al negocio y al personal.

pdfMachine trial version

## INTRODUCCION

Nuestro país se encuentra dentro de un mundo globalizado y por ende la preparación para afrontar las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales es un pilar fundamental para construir la supervivencia.

Es necesario comprender el impacto que genera la falta de empleo y por eso debemos tener planes de desarrollo listos para ser llevados a cabo, en caso de necesitarlos.

Sería deseable que todo profesional de Mercadeo y Negocios Internacionales, termine su formación universitaria siendo un líder generador de empresa y empleo principalmente en la ciudad en donde se encuentre habitando, de tal manera que pueda optimizar procesos e integrar recursos naturales, materiales y humanos, considerando las oportunidades y amenazas que rodean el entorno, aprovechando las primeras y contrarrestando las segundas.

Actualmente, nuestro país atraviesa por una situación de recuperación económica, lo que repercute en los diferentes sectores sociales, coyuntura que permite tener la posibilidad de crear empresa.

Este trabajo de grado brindará la posibilidad de debutar en el mercado empresarial, analizando las condiciones internas y externas del entorno, lo cual aportará soluciones a problemas de índole económico, ecológico, social, cultural y otros, aplicando de esta forma, la orientación sugerida y enseñada por la Universidad Autónoma de Occidente de la ciudad de Cali.

La mayor parte de este proyecto fue realizado con base en los modelos de PLAN DE NEGOCIOS del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

### **1.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO**

Este proyecto confirma desde los puntos de vista de mercado, organizacional y financiero, la viabilidad de satisfacer la necesidad de un nuevo servicio de comidas rápidas de buena calidad, atención y precio, con servicio a domicilio, que fue detectada en el Sector Norte de la ciudad de Cali, con posibilidades futuras de extender el servicio al resto de la ciudad.

Gracias al crecimiento que ha venido presentando el sector de las comidas rápidas hace aproximadamente media década en la ciudad de Cali, se pretende establecer este negocio, que seguramente responderá a los prerrequisitos de agilidad, comodidad, seguridad y satisfacción total de las expectativas de los clientes.

Este propósito cumple como papel fundamental, ofrecer al consumidor una excelente atención acompañada de una deliciosa y nutritiva combinación de alimentos, entre lo cuales se encuentran como principales: Arepa de maíz, chorizo santa rosano, punta de anca, jamón, pollo y carne y demás ingredientes agradables al paladar, cuya combinación entrega como resultado final los siguientes productos base del proyecto, los cuales se enuncian a continuación:

- ✦ **Arepa Especial**
- ✦ **Arepa con Pollo**
- ✦ **Arepa con Carne**
- ✦ **Chorizos de Pollo, Res y Cerdo y Santa rosano**
- ✦ **Picada de Punta de Anca**

Y todo esto compartido con bebidas gaseosas, productos Coca Cola o Postobón, que constituirán la carta en el negocio de comidas rápidas, cuya razón social es, DELICIAS AL CARBON.

Se encontrará ubicado en Avenida 3C Norte # 61- 14 en el barrio “El Rincón de la Flora”, en el garaje, adecuado con carpas y respectivos accesorios, al igual que al interior del local debidamente equipado, decorado y cómodo, donde se prestará la atención al público y que se extiende en estancia sensacional al aire libre, acompañada de una variedad de deliciosos productos, buena música, excelente atención con un área de parqueo, que observadas en conjunto, generarán en el cliente una experiencia placentera.

## **1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

**1.2.1. Objetivo principal.** Poner en marcha el negocio “DELICIAS AL CARBON”, con base en el estudio de factibilidad aquí presentado.

### **1.2.2. Objetivos específicos.**

- ✦ Satisfacer las necesidades alimenticias de los clientes bajo el concepto de comidas rápidas en el que encajan los productos y servicios a ofrecer.
- ✦ Posicionar el local y la marca, generando grata recordación en la mente del cliente.
- ✦ Ofrecer un servicio ágil y eficiente que aporte beneficios tanto al consumidor como al negocio.
- ✦ Garantizar calidad y excelencia en los productos, mediante la minuciosa selección y compra de los ingredientes y la dedicada supervisión de procesos productivos.
- ✦ Superar a la competencia en calidad, servicio ágil y rápido, imagen, posicionamiento y ventas.



### **1.2.3. Valor agregado.**

- ✦ AUTODELI (en vehículos), en donde el cliente podrá observar cómodamente desde su automóvil, la preparación de su producto.
- ✦ DOMICILIO, servicio que le facilitará al cliente la selección y posterior entrega de sus productos, sin salir de casa y mediante comunicación telefónica o vía Internet.

### **1.3. POTENCIAL DE MERCADO**

Actualmente el negocio de las comidas rápidas ha presentado un crecimiento significativo en la ciudad de Cali, en los últimos años. Los estudios <sup>1</sup>señalan que el auge de este negocio no se ha representado únicamente por el nacimiento de gran cantidad de empresas dedicadas a esta actividad sino también por la cantidad de consumidores que ven en las comidas rápidas una opción para satisfacer la necesidad de alimentación dentro de un estilo de vida que cada día deja menos tiempo para cocinar y requiere mas tiempo para las actividades laborales. Así mismo, revelan que en ciudades como Cali, Bogota y Medellín, casi el 70% de los consumidores consume frecuentemente comidas rápidas; se resalta que generalmente se prefieren los lugares que no son tan conocidos como los grandes negocios (Mc Donald's, Burger King) pero que ofrecen productos similares a costos mas bajos, es decir, prefieren las empresas regionales que las extranjeras y parece deducirse que el mercado, basado en calidad, funciona por los precios mas bajos.

### **1.4. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR**

El establecimiento poseerá una excelente ubicación semi campestre dentro de un local propio, gozando de una preparación ágil de los productos a la vista del cliente, ambientación musical, servicios adicionales como baño y teléfono (llamadas a fijos y celulares), precio asequible al público y bajos costos operacionales, a parte de la calidad de sus deliciosos productos y de su gente.

---

<sup>1</sup> Las cadenas de comidas rápidas se mueven: [en línea]: Ranking de comidas rápidas. Santa fe de bogota: Organización mundial de desarrollo, 2006. [consultado 19-de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: [http://www.portafolio.com.co/port\\_secc\\_online/porta\\_econ\\_online/](http://www.portafolio.com.co/port_secc_online/porta_econ_online/)

El negocio poseerá mecanismos de defensa como los son las estrategias de venta que se verán reflejadas en el precio de los productos y la publicidad.

A comparación de la competencia, DELICIAS AL CARBON ofrecerá productos innovadores como arepa rellena, picada de chorizos (carne, res, pollo, santa rosano), salsa de maracuyá y el toque secreto del chimichurri, siendo todos los productos de buena calidad y a precio razonable. Además contará con excelentes servicios adicionales como son el domicilio, baños, teléfono (local y celular) y Autodeli.

El paquete de atributos que definen las estrategias de producto, será:

- ✦ Exclusividad
- ✦ Atención rápida y cordial
- ✦ Empaque
- ✦ Sabor e higiene

La clave de la empresa consiste en el servicio oportuno y respectiva entrega de los pedidos, cronometrados y supervisados por una persona externa al negocio, basado en tiempos estándar de producción.

## **1.5. RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS**

Dentro de las inversiones necesarias para comenzar el negocio, se contempla una inversión de \$11.3 millones aproximadamente, que comprende computadores, maquinas registradoras, refrigeradores, muebles y enseres (asador, sillas, mesas, materia prima, utensilios de cocina, parasoles) e inversión amortizable (software de contabilidad). Adicionalmente el negocio contará con el aporte del dueño de \$20.000.000 que cubrirá los gastos iniciales de constitución, e inversiones requeridas dejando un efectivo para la caja inicial del primer año.

*(Ver anexo Flujo de Caja)*

## **1.6. PROYECCIONES DE MERCADO Y POTENCIAL DE VENTAS – PLANEACION MUNICIPAL**

La distribución de población estratificada, le da al estrato 5 una participación del 7.49%, equivalente a 2.724 lados de manzana que se pueden traducir en aproximadamente en 27.000 hogares.

Concretamente el barrio la Flora, sitio de ubicación del negocio, tiene 194 lados de de manzana, lo que equivale a mas o menos 1940 hogares. Si se tiene en cuenta que cada hogar lo conforman 4 personas en promedio, se tendría entonces un potencial de 7.760 consumidores.

Todo esto basado en la tasa de crecimiento de la población que se encuentra alrededor del 1.2%.

## **1.7 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD**

**DELICIAS AL CARBON** es una empresa que requiere una inversión total de \$20.000.000, los cuales son aportados por su socio.

La rentabilidad del negocio, en un análisis elaborado a tres años, es del 215%, una cifra importante dentro de los indicadores financieros. Tiene además un valor presente neto de \$ 162.848.145 y un periodo descontado de 1,1 años, aproximadamente.

El negocio alcanzará su punto de equilibrio al inicio del segundo año, lo que hace que en ese mismo tiempo comience a generar utilidades.

*(Ver anexo Flujo de Caja)*

## 2. ANALISIS DE MERCADOS

### 2.1. INVESTIGACION DE MERCADOS

Las principales fuentes de información utilizadas para el desarrollo de este proyecto fueron:

**Concepto del Negocio:** (información secundaria) Innovación empresarial – Rodrigo Varela, <http://www.google.com/>

**Estadísticas de crecimiento poblacional:** <sup>2</sup>(información secundaria) Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas – DANE – Municipio de Cali.

**Potencial de mercado en cifras:** (información secundaria) Periódico Portafolio.

**Análisis del sector:** (info secundaria) Organización Mundial de Desarrollo – OMD.

**Análisis de la competencia:** (info. primaria). Se realizó a través de visitas a los establecimientos del entorno del sector, obteniendo información esencial para el desarrollo del proyecto.

**2.1.1. Análisis del sector.** Los clientes potenciales para este tipo de negocio son los residentes de la ciudad de Cali, especialmente los pertenecientes al estrato medio alto, es decir el estrato 5, ya que este se encuentra en el entorno del negocio.

Dado a que el negocio se encontrará ubicado en la zona norte de Cali, se ha tomado como mercado objetivo a los habitantes de la comuna 2 de la ciudad, especialmente los del sector de La Flora. Este mercado está conformado por 101.404 personas con rango de edades que oscilan entre los 10 y 74 años.

---

<sup>2</sup> Cali en cifras vol 1 [ en línea ]. Santiago de Cali: Departamento de Planeación Municipal, 2005. [Consultado 12 Noviembre, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.cali.gov.co/>

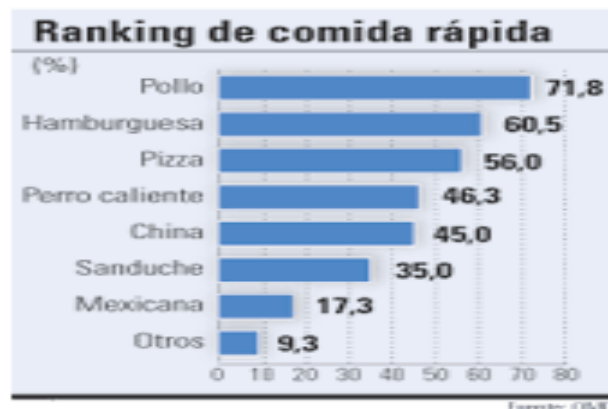
**2.1.2. Análisis del mercado.** El mercado de las comidas rápidas en el ámbito nacional, posee un panorama muy extenso en cuanto a la variedad de los productos que posee, las barreras de entrada y de salida para este tipo de negocios son muy escasas, ya que la vida útil de estos, generalmente, es muy corta. Sin embargo, la mayoría de productos ofrecidos por los negocios de comidas rápidas, giran en torno a productos como perros calientes, hamburguesas, chorizos, chuzos, carnes asadas, costillas, sándwiches y arepas rellenas.

En el caso del negocio de DELICIAS AL CARBON, se ofrecerán productos como son las arepas rellenas (con pollo, carne y especial), chorizos y punta de anca, las cuales han sido descritas en el punto *CONCEPTO DEL NEGOCIO*.

Son evidentes las dificultades que la región del Valle del Cauca experimentó a finales de los años 90, pero de igual forma se ha venido observando una reactivación económica sostenida durante los últimos tres años, lo que ha permitido el nacimiento y crecimiento de nuevas empresas en todos los sectores de la economía.

El siguiente cuadro, muestra las preferencias de los clientes hacia las comidas rápidas, siendo liderado por el pollo, como producto de mayor demanda en el mercado nacional.

Figura 1. Demanda porcentual de comidas rápidas a nivel nacional



A pesar de las dificultades y dada la reactivación, las empresas vinculadas al sector de comidas rápidas (Mario Bros, el Chuzo de Nando, Siete Salsas, Mundo Costeño, comidas rápidas Omero y mas na!, entre otras) se han mantenido activas y han mostrando un crecimiento sustancial en sus ventas y en sus plazas.

Así mismo, las tendencias generales de la población caleña a consumir comidas por fuera de casa, especialmente los fines de semana, muestran resultados favorables y oportunidades claras para el establecimiento, crecimiento y expansión de nuevas empresas en este sector.

**2.1.3. Análisis de la competencia.** Existen empresas de comidas rápidas, en donde sus productos son similares a los ofrecidos por DELICIAS AL CARBON, razón por la cual, pueden catalogarse como competencia directa.

Los principales competidores directos son:

- ✦ ASADOS EL PAISA,
- ✦ AREPAS CON TODO,
- ✦ ASADOS FRUTTYCREAM,
- ✦ RAPITIENDA VELASQUEZ,
- ✦ ASADOS MI CASA,
- ✦ MEMO AREPAS,
- ✦ LA TIENDA DEL VIEJO PINK,
- ✦ DELICIOUS,
- ✦ MAX RICAS Y
- ✦ AREPAS VENGA Y DISFRUTE.

Estos establecimientos se encuentran ubicados en el entorno del sector del negocio DELICIAS AL CARBON, entre calles 44 y 70 norte y entre barrios La Merced, Vipasa y La Flora.

Los siguientes, se clasifican como competencia indirecta, por ser productos diferentes que satisfacen las mismas necesidades; entre ellos están:

- ✦ RAPINORTE,
- ✦ RESTAURANTE FLORAPAN,
- ✦ TASCA,
- ✦ ANNIES PIZZA,
- ✦ KARENS PIZZA,
- ✦ TORTAS ANGELITA (ASADOS),
- ✦ ASADERO LA 44,
- ✦ CREPPYS DELICIOSOS, ENTRE OTROS.

Todos los establecimientos comerciales mencionados, han ido ganando peso con el pasar de los años, ofreciendo a sus clientes el mejor de los servicios, con el objetivo de perfeccionar la relación negocio – cliente, conocer sus necesidades y presentar una solución a ellas.

El mercado caleno de comidas rápidas se encuentra liderado por empresas como *Kokoriko, Presto, Mc Donalds, Primos, El Corral*, que cuentan con operación a nivel nacional.

Además existen otras empresas de tipo mediano tales como: *Comidas Rápidas 7 Saissas, Mundo Costeño, Mario Bros, El Chuzo de Nando*, entre otras, las cuales ofrecen gran variedad de productos a precios asequibles.

Las empresas grandes como Mc Donalds, Archies Pizza, Creppes and Waffles, etc., se encuentran bien posicionadas en el mercado nacional y ofrecen productos estándar a precios mas elevados.

## **2.2. ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

**2.2.1. Concepto del producto o servicio.** A continuación, los productos ofrecidos en DELICIAS AL CARBON:

✦ **Arepa rellena especial:**

Arepa de maíz rellena con pollo y carne desmechados, chorizo y jamón picados, queso en rodajas, ripio de papas, salsas y chimichurri al gusto.

✦ **Arepa de pollo o carne:**

Arepa de maíz rellena con pollo y/o carne desmechada, ripio de papas, salsas y chimichurri al gusto.

✦ **Chorizos de pollo, res, cerdo o santarrosano:**

Chorizo, en cualquiera de sus presentaciones, asado al carbón, acompañado de 2 arepas blancas pequeñas.

✦ **Picada de punta de anca**

3 rodajas de punta de anca asadas al gusto, picadas y acompañadas de 2 arepas blancas pequeñas.

✦ **Gaseosas:** productos Coca Cola y Postobón.

**2.2.2. Especificaciones.** Los productos que se ofrecerán, podrán ser adquiridos en cualquier ocasión, en especial los fines de semana, cuando la gente normalmente decide comer fuera de casa. También los servicios podrán ser contratados en ocasiones puntuales como lo son las fiestas, reuniones, paseos, asados, entre otras actividades de índole social.

Los ingredientes a utilizar para las actividades de preparación y posterior venta de productos son de primera calidad, comprados a distribuidores de reconocimiento en el mercado, quienes certifican y ofrecen garantía ante el cliente de la condición de los mismos; entre estos se encuentran: Merca todo, Productos San Luís, La Casa del Carbón, entre otros.



Los productos, una vez preparados, serán empacados y entregados así:

✦ **Arepas rellenas:** bolsas a la medida en papel aluminio, servilletas. Para domicilios, se enfrascarán las salsas y se entregará el pedido en bolsas plásticas.

✦ **Chorizos:** se partirá en rodajas (dependiendo del gusto del cliente) vertidas en plato desechable, acompañado de palillos y servilletas. Para el domicilio, será empacado en papel aluminio y posteriormente entregado en bolsa plástica.

✦ **Picada de Punta de Anca:** picada en trocitos, servida en plato desechable con palillos y servilletas. Para domicilio, será empacado el plato en papel aluminio y en bolsa desechable.

Dichos productos poseerán ciertas fortalezas, entre las cuales están:

✦ En el caso de las arepas, la masa no es insípida, sino que tiene un sabor característico, que sumado con los demás ingredientes forman una combinación agradable al paladar del consumidor.

✦ Adicional a esto, los chorizos poseen calidad en el embutido, garantizando al cliente una carne pulpa y sin sebo.

✦ Las gaseosas, se entregarán al cliente en condiciones de alta refrigeración.

✦ Se considera el servicio a domicilio como una de las fortalezas del negocio ya que facilita la adquisición de los productos sin salir de casa.

Dentro de las debilidades se puede encontrar que:

✦ Los productos son de fácil descomposición.

✦ El servicio a domicilio es limitado.

✦ Es un negocio que no se encuentra posicionado en el mercado, por lo tanto depende de la aceptación del consumidor.

✦ También depende de la variación en las costumbres y preferencias de los consumidores hacia las comidas rápidas.

**2.2.3. Estrategias de distribución.** La política de cobro que manejará el negocio debido a las características del servicio, será el pago de contado.

La política comercial que utilizará el establecimiento con los proveedores será la política de pago de contado.

El servicio a domicilio, servicios públicos y demás obligaciones también serán pagados de contado.

Al tomar el pedido, el empleado estará capacitado para brindar la mejor atención al cliente, proporcionando rápida información sobre precios, promociones, especialidades, tamaños, porciones y acompañamientos, garantizando que el producto llegue en las condiciones exigidas por el cliente, especificando la eficiencia en el servicio de entrega.

De no satisfacer la necesidad del cliente, el negocio se hará responsable y compensará mediante el despacho correcto del pedido y sin ningún costo.

Se contará con una línea de atención al cliente en donde quedarán registradas las sugerencias y reclamos para la mejora de los servicios.

**Métodos de despacho:** es muy difícil predecir el comportamiento de la toma y entrega de pedidos, ya que depende del intervalo de tiempo entre cada llamada y el lugar de entrega. Desde el momento de recepción del pedido se contarán 25 minutos hasta ser entregado al cliente.

El objetivo de las estrategias de distribución es optimizar las entregas a domicilio, rompiendo con el record de tiempo que transcurre entre la preparación del producto y la entrega oportuna del mismo.

**2.2.4. Estrategia de precios.** Los precios que manejará la empresa son muy asequibles a los consumidores, lo que la hace competitiva frente a los demás oferentes en el mercado.

Tabla 1. Precio de productos

Producto	Precio de venta
Arepa especial	\$ 6000
Arepa de pollo	\$ 4500
Arepa de carne	\$ 4500
Chorizos	\$ 4000
Punta de anca	\$ 5000
Gaseosa	\$ 1000

(Ver anexo Estudios Financieros)

La estrategia de pago que se utilizará, como se mencionó anteriormente, será el pago de contado en el momento en que se consuma el producto.

En cuanto a la guerra de precios, se buscará trabajar bajo economías de escala, para disminuir los costos de producción.

**2.2.5. Estrategias de promoción.** DELICIAS AL CARBON gozará de publicidad a través de volantes atractivos alusivos al nombre, en donde se explicarán los combos con su respectivo precio.

Igualmente, brindará información pertinente al servicio a domicilio, números de contacto, horario de atención al público, entre otros.

El volante será diseñado sobre una mezcla de colores rojos y amarillos, los cuales, según la publicidad, despiertan el apetito en los consumidores potenciales, convirtiéndolos en consumidores reales, en muchos de los casos.

Se utilizarán conceptos a través de los cuales se pondrá a prueba el poder de recordación del cliente en cuanto a los productos que se ofrecerán en el negocio, como por ejemplo:

<b>COMBO 1:</b>	Arepa especial	+	gaseosa
<b>COMBO 2:</b>	Arepa de pollo	+	gaseosa
<b>COMBO 3:</b>	Arepa de carne	+	gaseosa
<b>COMBO 4:</b>	Arepa mixta	+	gaseosa
<b>COMBO PICADA ANCA:</b>	Punta de anca	+	gaseosa
<b>COMBO DE CHORIZOS:</b>	Chorizo	+	gaseosa

Para este tipo de actividades clasificadas como publicidad, según los estudios financieros, se ha destinado el 1% sobre las ventas para cubrir las estrategias de promoción durante el primer año.  
(Ver anexo Presupuesto de Gastos)

**2.2.6. Estrategias de comunicación.** Los medios que serán utilizados para estas actividades serán:

- ✦ Pautas en los canales locales de televisión,
- ✦ Entrega de volantes, letrero reflectivo y promociones.

Estas actividades se realizarán conforme al desarrollo del negocio.  
(Ver Presupuesto de Gastos)

**2.2.7. Estrategias de servicio.** Dentro de las estrategias de servicio que implementará el negocio está el Autodeli, que garantizará al cliente el consumo de un producto en buenas condiciones; el servicio a domicilio le facilitará obtenerlo sin salir de casa.

Para ocasiones especiales o de promoción de nuevos productos se contará con una base de datos exclusiva de clientes del negocio.

Según lo investigado, la mayoría de los establecimientos similares, manejan algunos de los servicios anteriormente mencionados pero con una cobertura más extensa; sin embargo cabe anotar también que otros carecen de estos auxilios.

**2.2.8. Presupuesto de la mezcla de mercadeo.** Este presupuesto se distribuirá en comunicación, servicio, distribución y promoción.

*(Ver cuadro Presupuesto de Gastos)*

### **2.3. PROYECCIONES DE VENTAS**

A continuación se presentan las proyecciones de ventas que se han estimado por producto, las cuales se obtuvieron mediante el uso de las siguientes técnicas de proyección:

- ✦ Datos estadísticos de población la ciudad de Cali, especialmente de las Comunas, de acuerdo con la información presentada en el numeral 1.5 del presente proyecto.

- ✦ Análisis que permite identificar los consumidores naturales, es decir del mercado objetivo, vía información secundaria obtenida en la Alcaldía de Cali.

- ✦ Aplicación de la tasa de crecimiento vegetativo de la población, del 1,2%, con el fin de proyectar la población total y por ende la población sujeto del negocio.

- ✦ Distribución de los consumidores de acuerdo con sus preferencias por los productos, información ésta que fue detectada durante el período de ensayo, pruebas y preferencias del consumidor, efectuadas en el sitio donde se ubicará el negocio; Estas fueron realizadas durante los meses de Marzo a Noviembre de 2005. Al respecto, se efectuaron degustaciones pagadas a los precios de venta por producto.

Se obtuvo entonces un cuadro de preferencias porcentual y dichos porcentajes ya redondeados (ver tabla 1 columna final) se aplicaron al total de consumidores identificados para el proyecto.

Tabla 2. Participación del mercado objetivo por tipo de producto

	Mzo	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	Participación	
Producto	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12		Muestra	Proyecto
Arepa Especial	10	8	11	52	47	45	12	10	11	51	257	30,27%	30%
Arepa con Pollo	8	11	7	31	28	27	6	7	10	34	169	19,91%	20%
Picada Anca	7	8	8	35	29	23	10	11	7	27	165	19,43%	20%
Chorizos	3	4	5	15	17	13	7	7	6	12	89	10,48%	10%
Arepa con carne (1)	8	11	7	31	28	27	6	7	10	34	169	19,91%	20%
											849	100,00%	100%

NOTA (1). La arepa de carne comenzó a venderse en los últimos dos meses. Por ello se le concedió igual participación que la arepa de pollo.

**2.3.1. Proyecciones de venta por producto.** Tal como se indicó anteriormente, se tomaron los consumidores potenciales y se les aplicó la distribución porcentual anterior, lo cual arrojó las siguientes tablas de consumidores y productos vendidos a los mismos, no sin antes precisar que se asume que cada consumidor en el negocio, compra cuando menos una (1) unidad de producto, de manera independiente.

Se supuso también - dada la calidad del producto, la alta satisfacción mostrada por los clientes y las posibilidades de abrir nuevos puntos de venta en el norte de la ciudad de Cali, en puntos estratégicos donde no funciona bien, o no está la competencia - que el negocio crecerá a una tasa acumulativa anual del 10% durante los años 2 y 3, amén del crecimiento vegetativo de la población, también aplicado.

En consecuencia, los siguientes son los cuadros de unidades vendidas por cada producto seleccionado y probado, que se muestran de forma mensual para el primer año del negocio y anual para los períodos 2 y 3.

### 2.3.1.1. Proyección de ventas: arepa especial

Tabla 3. Proyección de ventas (arepa especial)

Proyección de ventas Arepa Especial					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 2	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 3	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 4	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 5	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 6	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 7	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 8	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 9	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 10	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 11	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 12	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Año 1	101.404	30,0%	30.421	28,0%	28.393
Año 2	102.418	30,0%	30.725	30,8%	31.545
Año 3	103.442	30,0%	31.033	33,9%	35.046

### 2.3.1.2. Proyección de ventas: arepa con pollo

Tabla 4. Proyección de ventas (arepa con pollo)

Proyección de ventas Arepa Rellena con pollo					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	4.056
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	4.506
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	5.007

### 2.3.1.3. Proyección de ventas: Chorizos (POLLO, RES, CERDO, SANTA ROSANO)

Tabla 5. Proyección de ventas (chorizos)

Proyección de ventas chorizos					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	10,0%	10.140	0,010	101
Mes 2	101.404	10,0%	10.140	0,010	101
Mes 3	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 4	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 5	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 6	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 7	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 8	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 9	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 10	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 11	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 12	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Año 1	101.404	10,0%	10.140	20,0%	2.028
Año 2	102.418	10,0%	10.242	22,0%	2.253



Proyección de ventas chorizos					
Año 3	103.442	10,0%	10.344	24,2%	2.503

#### 2.3.1.4. Proyección de ventas: Arepa con carne

Tabla 6. Proyección de ventas (arepa con carne)

Proyección de ventas Arepa Rellena con carne					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	20.281
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	22.532
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	25.033

#### 2.3.1.5. Proyección de ventas: Picada de Anca

Tabla 7. Proyección de ventas (Picada de Anca)

Proyección de ventas picada Anca					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203

Proyección de ventas picada Anca					
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	4.056
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	4.506
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	5.007

**2.3.1.6. Proyección de ventas: Gaseosa.** Se debe anotar que para proyectar la venta de bebidas gaseosas se estimó que el 90% de los consumidores tomaron éstas bebidas durante la prueba de mercado.

Tabla 8. Proyección de ventas (Gaseosa)

Proyección de ventas Gaseosa					
Periodo	Consumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 2	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 3	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 4	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 5	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 6	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 7	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 8	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 9	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 10	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 11	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 12	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Año 1	101.404	90,0%	91.264	20,0%	18.253
Año 2	102.418	90,0%	92.176	22,0%	20.279
Año 3	103.442	90,0%	93.098	24,2%	22.530

Finalmente y para terminar el capítulo de mercados es preciso concluir que se encontró viabilidad de mercado debido a las distintas ventajas comparativas que indicadas en la sección anterior.

### **3. OPERACIÓN**

#### **3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO.**

Las cantidades de materia prima que demandarán cada uno de los productos se encuentran en la tabla de Presupuesto de Materias Primas.

*(Ver anexo Presupuesto Materias Primas)*

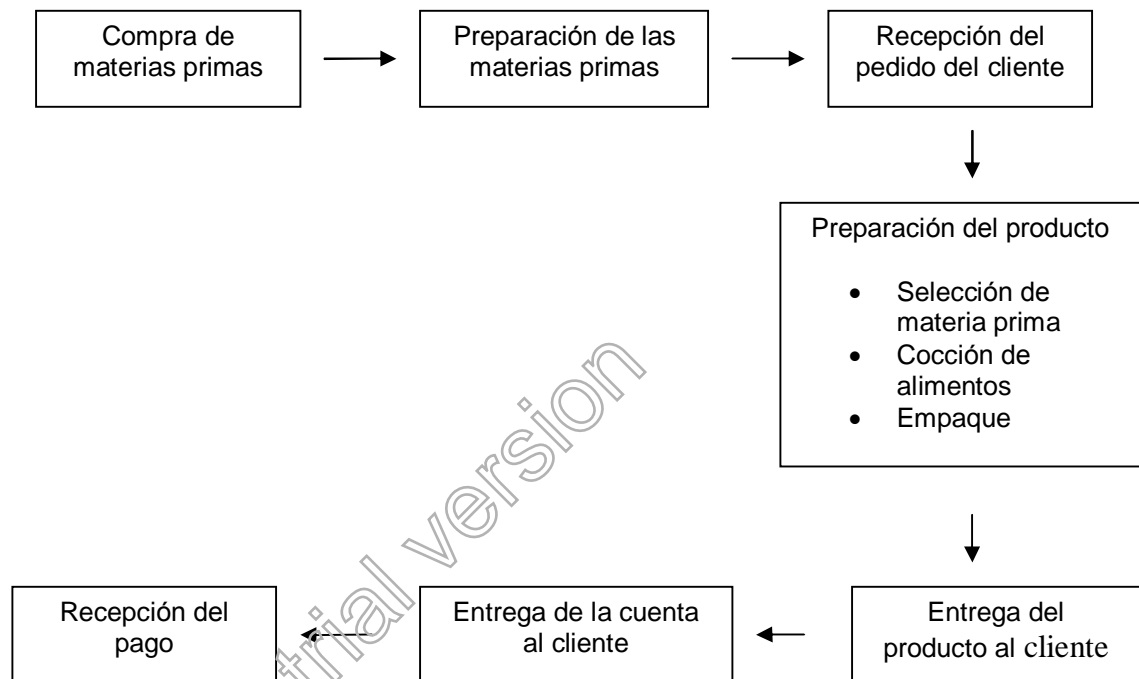
#### **3.2. ESTADO DE DESARROLLO**

El proceso que se utiliza en la elaboración de los productos es el siguiente:

- ✦ Se compran las materias primas de los diferentes productos.
- ✦ Se preparan las materias primas y se colocan en recipientes para después ser utilizadas en la preparación de los productos.
- ✦ Se recibe el pedido del cliente.
- ✦ Se prepara el producto de acuerdo a lo que el cliente ordena.
- ✦ Se entrega el producto (arepas rellenas, chorizos, picada anca etc.).
- ✦ Se pasa la cuenta al cliente y se recibe el pago.

El siguiente diagrama muestra el proceso de preparación de los productos.

Figura 2. Proceso de preparación de productos



### 3.3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

En el cuadro “presupuesto de Materias primas” se encuentra los requerimientos de todas las materias primas necesarias para la elaboración de los productos teniendo en cuenta las ventas que se espera obtener para cada uno de ellos.

(Ver anexo Presupuesto Materias Primas)

La materia prima requerida es por producto es:

Tabla 9. Requerimiento de materias primas por producto

	Materia prima requerida para el procesamiento de alimentos							
	Arepa	Pollo	Carne	Queso	Jamon	Ripio de papas	Chorizos	Punta de anca
<b>Arepa especial</b>	200 grs	80 grs	80 grs	1 loncha	1 loncha	5 grs		
<b>Arepa de pollo</b>	200 grs	130 grs				5 grs		
<b>Arepa de carne</b>	200 grs		130 grs			5 grs		
<b>Chorizos</b>							120 grs	
<b>Picada anca</b>								30 grs

Así mismo se muestra el valor total (en pesos) de este requerimiento de materias primas.

Además, el negocio requiere de los siguientes equipos, muebles y enseres y activos amortizables:

- ✦ Refrigerador,
- ✦ Asador,
- ✦ Sillas y mesas plásticas,
- ✦ Parasoles,
- ✦ Utensilios de cocina,
- ✦ Recipientes plásticos,
- ✦ Empaques de aluminio,
- ✦ Recipientes para las basuras.

Otros Equipos

- ✦ Maquina registradora.
- ✦ Computador.
- ✦ Software de contabilidad.
- ✦ Material de oficina (Papel, lapiceros, calculadoras etc.).

En el cuadro Presupuesto de activos fijos se encuentran los costos de cada uno de los anteriores requerimientos. Estos suman un valor total de \$11.3 millones, aproximadamente.

*(Ver anexo Presupuesto Activos Fijos y Depreciación)*

Así mismo la empresa requiere de un local que se encuentra ubicado en la Avenida 3CN # 61 N 14 en el barrio la flora. El local tiene 35 m<sup>2</sup> y su alquiler mensual esta estimado en \$800.000. Cuenta con todos los servicios necesarios para el desarrollo del negocio (agua, energía, líneas telefónicas, gas, alcantarillado etc.).

Inicialmente el negocio arrancará con la colaboración de 7 empleados (5 meseros, 1 chef y 1 administrador), los costos de mantener esta mano de obra ascienden a \$2.410.310 mensuales, cumpliendo con los pagos de las respectivas prestaciones y parafiscales requeridas por la ley.

*(Ver anexo Presupuesto Mano de Obra).*

### **3.4. PLAN DE COMPRAS**

Las compras mensuales que realizará DELICIAS AL CARBON ascienden a los \$3.601.971 durante el primer mes.

*(Ver anexo Presupuesto Materia Prima)*

El negocio realizará contratos indefinidos con proveedores que presenten un perfil adecuado a las necesidades del cliente, para ese momento se espera establecer negocios con: Arepas San Luis, Comercializadora Mercatodo, Estanco La Amistad, La Casa del Carbón, Distribuidora Florida, Galería Alameda entre otros. Las compras se llevarán a cabo dependiendo del consumo semanal de productos que presente el negocio. El pago a los proveedores se efectuara de contado.

DELICIAS AL CARBON se basará en una estandarización de tiempos que permitan establecer un promedio respecto a la producción de cada uno de sus productos, conservando un rango medio de atención por cliente.

Los procesos de control de calidad se llevarán a cabo por una de las personas que forman parte de la nomina. Esta persona estará encargada de revisar el estado de las materias primas compradas y las que están disponibles para el consumo.

## 4. ORGANIZACIÓN

### 4.1. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

#### 4.1.1. Análisis DOFA

#### 4.1.2. Debilidades

- ✦ Carecer de experiencia dentro del sector de las comidas rápidas.
- ✦ Vida útil de la materia prima.
- ✦ Bajo desempeño de las ventas en días de inicio de semana.
- ✦ Cobertura limitada.

Sin embargo, se tiene previsto solventar estas debilidades a partir del primer semestre de actividades, previendo las posibles estrategias que puede implementar la competencia y acoplando el negocio al círculo social del barrio residencial, creando necesidades en el consumidor real o potencial.

**4.1.3. Oportunidades.** Generar fidelidad en los clientes para superar los niveles de venta previstos.

- ✦ Alcanzar un puesto considerable en la mente de los consumidores, generando una recordación instantánea del negocio.
- ✦ Superar a la competencia, tanto en precio como en calidad en productos y servicios.
- ✦ Oferta de mano de obra calificada de bajo costo.
- ✦ Tendencia de la población hacia las comidas rápidas.

Desde el arranque del negocio se canalizarán las oportunidades de la oferta de mano de obra a bajo costo, y la tendencia de la población a consumir comidas rápidas.

**4.1.4. Fortalezas.** Se explotarán estas fortalezas una vez implementado el negocio, logrando convertirlas en características del negocio.

- ✦ La eficiencia en la distribución de productos a través del servicio a domicilio.
- ✦ El rango de tiempo estandarizado, enfocado en la atención al cliente.
- ✦ La contribución de los empleados al mejoramiento del negocio.
- ✦ La frescura de los ingredientes para la preparación del producto.

**4.1.5. Amenazas.** A través de la implementación de estrategias, se buscará generar una excelente aceptación por parte de los clientes, estrategias que también darán al negocio fuertes bases para soportar el peso de la competencia

- ✦ La absorción por parte de la competencia.
- ✦ La saturación del mercado de comidas rápidas.
- ✦ El incumplimiento por parte de los proveedores.
- ✦ La generación de problemas de carácter ambiental a largo plazo.



Cuadro 1. Impacto análisis DOFA

IMPACTO	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>DEBILIDADES</b> 1. Carecer de experiencia dentro del sector de las comidas rápidas. 2. Vida útil de la materia prima. 3. Bajo desempeño de las ventas en días de inicio de semana. 4. Cobertura limitada.	X	X X	X
<b>OPORTUNIDADES</b> 1. Generar fidelidad en los clientes para superar los niveles de venta previstos. 2. Alcanzar un puesto considerable en la mente de los consumidores, generando una recordación instantánea del negocio. 3. Superar a la competencia, tanto en precio como en calidad en productos y servicios. 4. Oferta de mano de obra calificada de bajo costo. 5. Tendencia de la población hacia las comidas rápidas.	X X X X	X	
<b>FORTALEZAS</b> 1. La eficiencia en la distribución de productos a través del servicio a domicilio. 2. El rango de tiempo estandarizado, enfocado en la atención al cliente. 3. La contribución de los empleados al mejoramiento del negocio. 4. La frescura de los ingredientes para la preparación del producto.	X X X	X	

<b>AMENAZAS</b>			
1. La absorción por parte de la competencia	X	X	
2. La saturación del mercado de comidas rápidas.			
3. El incumplimiento por parte de los proveedores.	X		
4. La generación de problemas de carácter ambiental a largo plazo.	X		

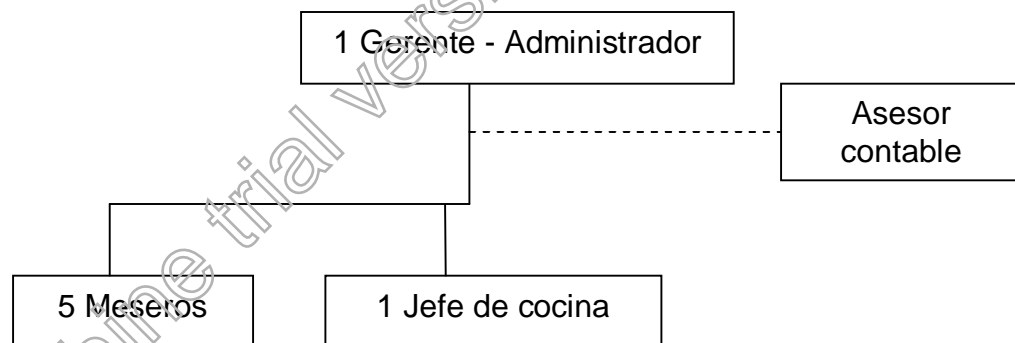
pdfMachine trial version

## 5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El equipo de directivo de la empresa estará conformado por su único socio Juan Fernando Sevillano quien se encargará de ejecutar todas las actividades organizacionales de la empresa. El, será el encargado de tomar todas las decisiones de la empresa. Así mismo, tendrá a su cargo a los 6 trabajadores y será el encargado de ejecutar las actividades de mercadeo y logística de la empresa.

El organigrama que muestra la organización de la empresa es el siguiente:

Figura 3. Organigrama del negocio



## **6. ASPECTOS LEGALES**

### **6.1. CONSTITUCION DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES**

Una vez realizado el estudio de mercadeo para el negocio, la empresa se constituirá como una empresa unipersonal cuyo único socio es Juan Fernando Sevillano. El socio aportara el 100% del capital inicial requerido. Actualmente, se desempeña como estudiante (materias terminadas) de Mercadeo y negocios internacionales de la Universidad Autónoma de Occidente de Cali.

Los tramites legales para la constitución de este negocio, se describirán a continuación:

Registro mercantil: en la Cámara de Comercio de Cali; se adquirieron los formularios requeridos por la CCC y se llevaron a cabo todos los trámites pertinentes a la constitución como persona natural. Una vez diligenciados los formularios se solicitó la carta del representante legal pretendiendo la matricula de la empresa. Dicha matricula se encuentra registrada bajo los números 702338 y 702339.

Inscripción Registro Tributario – RUT. Este registro creado por el ministerio de hacienda, a través de la DIAN, unifica las clases de solicitudes tramitadas: asignación de NIT e inscripción del IVA.

## 7. MODULO FINANCIERO

### 7.1. INVERSIONES

El siguiente cuadro, muestra las inversiones necesarias para el funcionamiento del negocio. Adicionalmente se requiere un capital inicial de \$20.000.000 para cubrir los gastos de constitución, la compra de activos fijos y tener un colchón de efectivo.

Tabla 10. Inversiones

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Equipos</b>			
Computador	1	2.000.000	2.000.000
Maquina registradora	1	750.000	750.000
Refrigerador	1	2.000.000	2.000.000
<b>Total equipos</b>			<b>4.750.000</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Asador	1	1.000.000	1.000.000
Sillas plasticas	40	12.000	480.000
Mesa plastica	10	30.000	300.000
sombrillas para mesa	10	40.000	400.000
utensilios varios de cocina	1	700.000	700.000
Recipiente para basura	3	50.000	150.000
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>3.030.000</b>
<b>Inversion amortizable</b>			
Software de contabilidad	1	3.500.000	3.500.000
<b>Total inversion amortizable</b>			<b>3.500.000</b>
<b>Total inversion activos fijos</b>			<b>11.280.000</b>

## 7.2. PRESUPUESTOS

**7.2.1. Flujo de caja.** En el cuadro (Flujo de caja) se presenta el flujo de caja para el negocio. A pesar de tener un bajo nivel de ventas proyectadas, el negocio muestra liquidez. De igual forma se puede observar que esta se mantiene gracias a la inversión inicial de \$20.000.000 por parte del socio.

(Ver anexo Flujo de Caja)

**7.2.2. Estado de resultados.** El siguiente cuadro muestra el estado de resultados de **DELICIAS AL CARBON**. Como se puede observar, el negocio generará utilidades del primer año.

Tabla 11. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	207.269.776	362.764.556	403.030.720
(-) Costos de materia prima sin IVA	77.502.590	135.673.493	150.732.989
(-) Costos mano de obra	33.136.042	33.136.042	33.136.042
(-) Gastos de operación	18.571.963	24.202.617	25.114.646
(-) Gastos de administración	15.278.698	15.382.587	14.818.123
(-) Gastos diferidos	500.000	0	0
Corrección Monetaria			
<b>Utilidad Gravable</b>	62.280.484	154.369.817	179.228.921
(-) impuesto de renta (38,5%)	23.977.986	59.432.379	69.003.135
Utilidad neta	38.302.497	94.937.437	110.225.787
reserva legal (10%)	3.830.250	9.493.744	11.022.579
<b>Utilidad del periodo</b>	34.472.248	85.443.693	99.203.208

**7.2.3. Balance general.** El cuadro "Balance General" muestra el balance de la empresa, con todos sus periodos de proyección, muestra además la información de activos, pasivos y patrimonio del negocio.

(Ver anexo Balance General)

De igual forma, el negocio presenta una TIR del 215% y un VPN de \$ 162.848.145 y además presenta un periodo descontado de 1,086, es decir, que el negocio recupera su inversión en el primer año de operaciones, lo que lo hace un negocio muy viable.

(Ver anexo Flujo de Caja Neto)

## 8. PLAN OPERATIVO

### 8.1. PRESUPUESTOS

**8.1.1. Gastos de arranque.** Los gastos cuantificados para emprender el negocio son de \$500.000 dentro de los cuales se incluyen los papeles de constitución del negocio tales como cámara y comercio, manipulación de alimentos entre otros.  
(Ver anexo Presupuesto de Gastos)

**8.1.2. Gastos de personal.** Dentro del presupuesto de gastos de personal se proyectan unos salarios que ascienden a \$1.608.000 destinados a la nomina. Así mismo, se cuenta con unas prestaciones sociales y parafiscales que ascienden al 50.96% del total de salarios pagados.  
(Ver anexo Presupuesto de Mano de Obra)

**8.1.3. Presupuesto de ingresos.** El cuadro “Presupuesto de ingresos” muestra las ventas en forma detallada de acuerdo a los productos y a sus respectivos precios. Así mismo, el cuadro indica la retención en la fuente y los ingresos efectivos de los negocios. En este caso no se tuvo en cuenta el IVA por ser un recaudo que se transfiere al gobierno, lo cual no afecta a las cifras del negocio. Estos datos se elaboran de forma mensual para el primer año y de forma anual para los años dos y tres.  
(Ver anexo Presupuesto Ingresos.)

**8.1.4. Presupuesto de componentes.** En el cuadro “Presupuesto de materias primas” se encuentran las materias primas requeridas para la producción, el costo unitario y el costo total.  
(Ver anexo Presupuesto Materia Prima)

**8.1.5 Presupuesto de mano de obra.** DELICIAS AL CARBON tendrá dentro de su nómina a siete personas (un administrador, un chef y cinco meseros) cuyos salarios tienen un costo mensual de \$2.410.310 y un costo de \$33.136.042 para el primer año. Estos costos se mantienen para los años dos y tres.

Las respectivas prestaciones sociales y aportes parafiscales están estimados en un 50.96%.  
(Ver anexo Presupuesto Mano de Obra)

**8.1.6. Depreciaciones y amortizaciones.** Los equipos utilizados en el negocio se depreciaran a tres años bajo el método de línea recta. Los muebles y enseres se deprecian a cinco años por línea recta y los activos amortizables a tres años.  
(Ver anexo Presupuesto Activos Fijos y Depreciación)

**8.1.7. Presupuesto de gastos de operación.** El siguiente cuadro muestra el presupuesto de gastos del negocio, en él, se comprenden gastos de arrendamiento, servicios públicos, seguros, impuestos locales, depreciaciones y amortizaciones.

Tabla 12. Presupuesto de gastos de operación

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN				
	Mes 0	Año 1	Año 2	Año 3
Arriendo	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Servicios públicos (agua, luz, teléfono)	600.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000
<b>Impuestos locales</b>				
industria y comercio (1,1% de ventas anuales)		2.279.968	3.990.410	4.433.338
Avisos y tableros (15% de industria y comercio)		341.995	598.562	665.001
registro mercantil (1% de ventas totales)			3.627.646	4.030.307
Bomberos			36.000	36.000
Depreciación equipos		1.583.333	1.583.333	1.583.333
Amortización		1.166.667	1.166.667	1.166.667
<b>Total Gastos de operación</b>		<b>18.571.963</b>	<b>24.202.617</b>	<b>25.114.646</b>
Gastos fijos de operación		15.950.000	15.950.000	15.950.000
Gastos Variables de operación		<b>2.621.963</b>	<b>8.252.617</b>	<b>9.164.646</b>
		18.571.963	24.202.617	25.114.646

**8.1.8. Presupuesto de gastos de administración y ventas.** Los gastos en publicidad, la asesoría contable, gastos en transporte, papelería y depreciación de los muebles y enseres en los que incurrirá el negocio se encuentran contemplados en el presupuesto de gastos de administración y ventas. El cuadro a continuación muestra de una forma detallada dichos gastos:



Tabla 13. Presupuesto de gastos de administración

Proyección de ventas picada Anca				
	Mes 0	Año 1	Año 2	Año 3
Gasto en publicidad	172.725	2.072.698	2.176.587	1.612.123
Gasto transporte	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Gastos papelería	300.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Asesoría contable	250.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación muebles y enseres		606.000	606.000	606.000
<b>Total gastos de administración</b>		<b>15.278.698</b>	<b>15.382.587</b>	<b>14.818.123</b>
Gastos fijos de administración		7.206.000	7.206.000	7.206.000
Gastos Variables de administración		8.072.698	8.176.587	7.612.123

**8.1.9. Análisis de costos.** El cuadro siguiente muestra los costos fijos y variables del negocio así como los costos totales. Además muestra el punto de equilibrio para cada uno de los años. Se puede observar que desde el primer año se supera dicho punto de equilibrio lo que hace que el negocio genere ganancias desde el primer año.

Tabla 14. Análisis de costos

ANALISIS DE COSTOS			
	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Costos fijos</b>			
Mano de obra	33.136.042	33.136.042	33.136.042
Gastos de Operación	15.950.000	15.950.000	15.950.000
Gastos de administración	7.206.000	7.206.000	7.206.000
Gastos diferidos	500.000	0	0
<b>Total costos fijos</b>	<b>56.792.042</b>	<b>56.292.042</b>	<b>56.292.042</b>
<b>Costos variables</b>			
Materia prima (sin IVA)	77.502.590	135.673.493	150.732.989
Gastos de operación	2.621.963	8.252.617	9.164.646
Gastos de administración	8.072.698	8.176.587	7.612.123
<b>Total costos variables</b>	<b>88.197.251</b>	<b>152.102.698</b>	<b>167.509.757</b>
<b>Costo total</b>	<b>144.989.292</b>	<b>208.394.739</b>	<b>223.801.799</b>
Numero de unidades vendidas	57.192	85.621	95.125
costo promedio	2.535	2.434	2.353
costo variable unitario	1.542	1.776	1.761
Precio promedio unitario	3.624	4.237	4.237
margen unitario promedio	2.082	2.460	2.476
Punto de equilibrio	27.278	22.880	22.736

## **9. IMPACTO DEL PROYECTO**

### **9.1. IMPACTO ECONOMICO**

La puesta en marcha de este negocio, generará 7 empleos directos y hasta 10 empleos indirectos, disminuyendo puntos porcentuales a la tasa de desempleo que asota a la ciudad.

Igualmente, aportará impuestos que ayudarán al mejoramiento continuo de la educación, la salud y la recreación y contribuirá al PIB de Santiago de Cali y del país.

### **9.2. IMPACTO SOCIAL**

DELICIAS AL CARBON contará con una excelente calidad en los productos y servicios ofrecidos, el calor humano de los empleados y el ambiente agradable en el entorno, ofreciendo así un alto grado de satisfacción y comodidad a sus clientes.

El negocio espera contribuir al desarrollo de la ciudad, a elevar los índices de empleo y apoyar a la industria local (compra de insumos), cumpliendo así con sus objetivos sociales.

### **9.3. IMPACTO AMBIENTAL**

El negocio desarrollará sus actividades bajo los niveles ambientales permitidos por la legislación local con el fin de preservar el medio ambiente y el entorno bajo el cual elabora todos los procesos productivos.

## 10. CONCLUSIONES

Después de realizar este proyecto, se puede llegar a la conclusión de que cualquier negocio a implementar se puede llevar a cabo a través de una buena dirección y un excelente trabajo en equipo para obtener las metas esperadas.

En los resultados se observa que el negocio de las comidas rápidas es un negocio rentable, siempre y cuando se sepan administrar los recursos que este nos brinda.

También cabe anotar que para llevar a cabo la idea de negocio, existen ciertas especificaciones a realizar, que constituyen un elemento fundamental para el desarrollo de negocios de cualquier índole.

Dentro del mercado, existe una gran posibilidad de ingresar a competir, siempre y cuando los anhelos de los interesados permanezcan a la expectativa de la oportunidad de negocio, dando como resultado proyectos como el de DELICIAS AL CARBON.

Personalmente, no creí poder sacar a flote este proyecto, pero al revelar la viabilidad del mismo, implemente estrategias de desarrollo logrando absorber información importante a la hora de compararse frente a otra empresa de la competencia, brindando conocimiento de alta importancia al cual se debe recurrir al tomar una decisión en el negocio.

Es por eso que se hace la invitación a los demás estudiantes terminales de diferentes carreras, que opten por tomar como proyecto de grado la alternativa de Creación de empresas.

He quedado satisfecho de haber culminado con la fase del proyecto, buscando alternativas para la implementación a corto plazo del proyecto.

## BIBLIOGRAFIA

Cali en cifras vol 1 [ en línea ]. Santiago de Cali: Departamento de Planeación Municipal, 2005. [Consultado 12 Noviembre, 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.cali.gov.co/](http://www.cali.gov.co/)

**VARELA, Ramiro.** Innovación Empresarial. 2 ed. Bogotá: Prentice Hall, 2001. 324 p.

pdfMachine trial version

## ANEXOS

### Anexo 1 Políticas de la empresa

#### Políticas de la empresa

Políticas de efectivo	
Colchon de efectivo	5% Ventas anuales
Provision de cartera	5%

Industria y comercio	1,10% De las ventas
Avisos y Tableros	15% de ind. Y ccio
Registro mercantil	1% de las ventas totales

Políticas Salariales	
Cesantias	8,33%
Interes sobre cesantias	1%
Prima	8,33%
Vacaciones	4,17%
Caja de comp. Familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
Pensiones	10,13%
Medicina	8%
Riesgo Profesional	2%
Total prestaciones	21,83%
Total Parafiscales	29,13%
<b>Total</b>	<b>50,96%</b>

<b>Subsidio de Transporte</b>	<b>47.700</b>
-------------------------------	---------------

Políticas de Publicidad	
Año 1	1,0% Ventas sin IVA
Año 2	0,6% Ventas sin IVA
Año 3	0,4% Ventas sin IVA

Impuesto de Renta	38,50%
Tasa Minima de retorno	7%
Reserva Legal	10%
IVA	16%
Retefuente	3,50%

Políticas de precios	
Arepa especial	6.000
Arepa Con pollo	4.500
Arepa con carne	4.500
Chorizo	4.000
Picada Anca	5.000
Gaseosa	1.000

Políticas de costos	
Arepa especial	2.741
Arepa Con pollo	1.601
Arepa con carne	1.756
Chorizo	1.255
Picada Anca	1.242
Gaseosa	586

## Anexo 2 Proyecciones de ventas

Proyeccion de ventas Arepa Especial					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 2	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 3	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 4	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 5	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 6	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 7	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 8	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Mes 9	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 10	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 11	101.404	30,0%	30.421	1,0%	304
Mes 12	101.404	30,0%	30.421	5,0%	1.521
Año 1	101.404	30,0%	30.421	28,0%	28.393
Año 2	102.418	30,0%	30.725	30,8%	31.545
Año 3	103.442	30,0%	31.033	33,9%	35.046

Proyeccion de ventas chorizos					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	10,0%	10.140	0,010	101
Mes 2	101.404	10,0%	10.140	0,010	101
Mes 3	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 4	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 5	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 6	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 7	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 8	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Mes 9	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 10	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 11	101.404	10,0%	10.140	1,0%	101
Mes 12	101.404	10,0%	10.140	3,0%	304
Año 1	101.404	10,0%	10.140	20,0%	2.028
Año 2	102.418	10,0%	10.242	22,0%	2.253
Año 3	103.442	10,0%	10.344	24,2%	2.503

Proyeccion de ventas picada Anca					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	4.056
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	4.506
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	5.007

## Proyecciones de ventas (continuación)

Proyeccion de ventas Arepa Rellena con pollo					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	203
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	608
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	4.056
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	4.506
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	5.007

Proyeccion de ventas Arepa Rellena con carne					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 2	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 3	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 4	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 5	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 6	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 7	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 8	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Mes 9	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 10	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 11	101.404	20,0%	20.281	1,0%	1.014
Mes 12	101.404	20,0%	20.281	3,0%	3.042
Año 1	101.404	20,0%	20.281	20,0%	20.281
Año 2	102.418	20,0%	20.484	22,0%	22.532
Año 3	103.442	20,0%	20.688	24,2%	25.033

Proyeccion de ventas Gaseosa					
Periodo	Cosumidores Totales Comuna 2	Potencial de Compradores	Consumidores Potenciales del proyecto	Participación del proyecto (%)	Volumen de ventas (Unids)
Mes 1	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 2	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 3	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 4	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 5	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 6	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 7	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 8	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Mes 9	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 10	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 11	101.404	90,0%	91.264	1,0%	913
Mes 12	101.404	90,0%	91.264	3,0%	2.738
Año 1	101.404	90,0%	91.264	20,0%	18.253
Año 2	102.418	90,0%	92.176	22,0%	20.279
Año 3	103.442	90,0%	93.098	24,2%	22.530

## Proyecciones de ventas (continuación)

Proyeccion de ventas (\$)												
	Primer trimestre			Segundo trimestre			Tercer trimestre			Cuarto trimestre		
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Arepa especial	304	304	304	304	304	1.521	1.521	1.521	304	304	304	1.521
Precio de venta	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
<b>Total Arepa especial</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>9.126.360</b>	<b>9.126.360</b>	<b>9.126.360</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>1.825.272</b>	<b>9.126.360</b>
Arepa con pollo	203	203	203	203	203	608	608	608	203	203	203	608
Precio de venta	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
<b>Total Arepa con pollo</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>2.737.908</b>	<b>2.737.908</b>	<b>2.737.908</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>2.737.908</b>
Arepa con carne	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	3.042	3.042	3.042	1.014	1.014	1.014	3.042
Precio de venta	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
<b>Total arepa con carne</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>13.689.540</b>	<b>13.689.540</b>	<b>13.689.540</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>4.563.180</b>	<b>13.689.540</b>
chorizos	101	101	101	101	101	304	304	304	101	101	101	304
Precio de venta	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
<b>Total Chorizos</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>1.216.848</b>	<b>1.216.848</b>	<b>1.216.848</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>405.616</b>	<b>1.216.848</b>
picada anca	203	203	203	203	203	608	608	608	203	203	203	608
Precio de venta	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
<b>Total Picada anca</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>3.042.120</b>	<b>3.042.120</b>	<b>3.042.120</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>1.014.040</b>	<b>3.042.120</b>
Gaseosa	913	913	913	913	913	2.738	2.738	2.738	913	913	913	2.738
Precio de venta	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
<b>Total Gaseosa</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>2.737.908</b>	<b>2.737.908</b>	<b>2.737.908</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>912.636</b>	<b>2.737.908</b>
<b>Valor de ventas total</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>32.550.684</b>	<b>32.550.684</b>	<b>32.550.684</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>9.633.380</b>	<b>32.550.684</b>
<b>Total Unidades</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>8.822</b>	<b>8.822</b>	<b>8.822</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>8.822</b>
<b>Total arepas</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>5.172</b>	<b>5.172</b>	<b>5.172</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>1.521</b>	<b>5.172</b>
<b>Total chorizos</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>304</b>	<b>304</b>	<b>304</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>304</b>
<b>Gaseosas</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>2.738</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>913</b>	<b>2.738</b>
<b>Punta de anca</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>608</b>	<b>608</b>	<b>608</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>203</b>	<b>608</b>



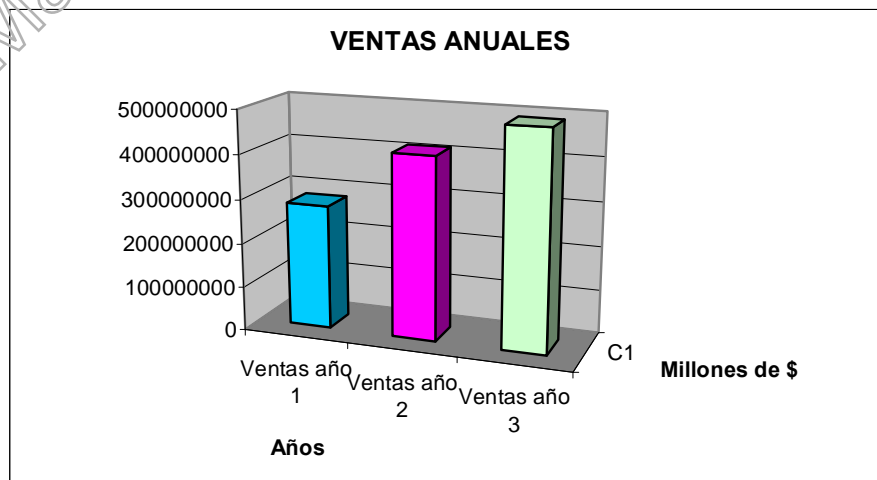
## Proyecciones de ventas (continuación)

Proyeccion de ventas (\$)			
	Año 1	Año 2	Año 3
Arepa especial	8.518	31.545	35.046
Precio de venta	6.000	6.000	6.000
<b>Total Arepa especial</b>	<b>51.107.616</b>	<b>189.268.464</b>	<b>210.276.898</b>
Arepa con pollo	4.056	4.506	5.007
Precio de venta	4.500	4.500	4.500
<b>Total Arepa con pollo</b>	<b>18.252.720</b>	<b>20.278.764</b>	<b>22.529.668</b>
Arepa con carne	20.281	22.532	25.033
Precio de venta	4.500	4.500	4.500
<b>Total arepa con carne</b>	<b>91.263.600</b>	<b>101.393.820</b>	<b>112.648.338</b>
chorizos	2.028	2.253	2.503
Precio de venta	4.000	4.000	4.000
<b>Total Chorizos</b>	<b>8.112.320</b>	<b>9.012.784</b>	<b>10.013.186</b>
picada anca	4.056	4.506	5.007
Precio de venta	5.000	5.000	5.000
<b>Total Picada anca</b>	<b>20.280.800</b>	<b>22.531.960</b>	<b>25.032.964</b>
Gaseosa	18.253	20.279	22.530
Precio de venta	1.000	1.000	1.000
<b>Total Gaseosa</b>	<b>18.252.720</b>	<b>20.278.764</b>	<b>22.529.668</b>

<b>Valor de ventas total</b>	<b>207.259.776</b>	<b>362.764.556</b>	<b>403.030.720</b>
------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Total Unidades	57.192	85.621	95.125
----------------	--------	--------	--------

Total arepas	32.855	58.583	65.086
Total chorizos	2.028	2.253	2.503
Gaseosas	18.253	20.279	22.530
Punta de anca	4.056	4.506	5.007



### Anexo 3 Presupuesto de activos fijos y depreciación

	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Equipos</b>			
Computador	1	2.000.000	2.000.000
Maquina registradora	1	750.000	750.000
Refrigerador	1	2.000.000	2.000.000
<b>Total equipos</b>			<b>4.750.000</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Asador	1	1.000.000	1.000.000
Sillas plasticas	40	12.000	480.000
Mesa plastica	10	30.000	300.000
sombrillas para mesa	10	40.000	400.000
utensilios varios de cocina	1	700.000	700.000
Recipiente para basura	3	50.000	150.000
<b>Total Muebles y enseres</b>			<b>3.030.000</b>
<b>Inversion amortizable</b>			
Software de contabilidad	1	3.500.000	3.500.000
<b>Total inversion amortizable</b>			<b>3.500.000</b>
<b>Total inversion activos fijos</b>			<b>11.280.000</b>

<b>Activos (3 años)</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Valor actual	4.750.000	4.750.000	4.750.000	4.750.000
Ajuste valor activo	0	0	0	0
Depreciacion	0	1.583.333	1.583.333	1.583.333
Ajuste depreciacion	0	0	0	0
Depreciacion acumulada	0	1.583.333	3.166.667	4.750.000
Valor fiscal	4.750.000	3.166.667	1.583.333	0
<b>Activos depreciables 5 años</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Valor actual	3.030.000	3.030.000	3.030.000	3.030.000
Ajuste valor activo	0	0	0	0
Depreciacion	0	606.000	606.000	606.000
Ajuste depreciacion	0	0	0	0
Depreciacion acumulada	0	606.000	1.212.000	1.818.000
Valor fiscal	3.030.000	2.424.000	1.818.000	1.212.000
<b>Total activos depreciables</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Total Valor actual	7.780.000	7.780.000	7.780.000	7.780.000
Total Ajuste valor activo	0	0	0	0
Total depreciacion	0	2.189.333	2.189.333	2.189.333
Total Ajuste depreciacion	0	0	0	0
Total Depreciacion acumulada	0	2.189.333	4.378.667	6.568.000
Total Valor fiscal	7.780.000	5.590.667	3.401.333	1.212.000
<b>Total Activos amortizables</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Valor actual	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Ajuste valor activo	0	0	0	0
Amortizacion	0	1.166.667	1.166.667	1.166.667
Ajuste Amortizacion	0	0	0	0
Amortizacion acumulada	0	1.166.667	2.333.333	3.500.000
valor fiscal	3.500.000	2.333.333	1.166.667	0

## Presupuesto de activos fijos (continuación)

Total Activos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Valor actual	11.280.000	11.280.000	11.280.000	11.280.000
Ajuste valor actual	0	0	0	0
deducciones tributarias	0	3.356.000	3.356.000	3.356.000
Ajuste deducciones tributarias	0	0	0	0
Deducciones tributarias acumuladas	0	3.356.000	6.712.000	10.068.000
Valor fiscal	11.280.000	8.946.667	4.568.000	1.212.000

DEPRECIACION	Monto total depreciable	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Total Equipos	4.750.000	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944	131.944
Total muebles y enseres	3.030.000	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500
Total depreciacion		182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444	182.444
Depreciacion acumulada (equipos)													
Depreciacion acumulada (Muebles y enseres)													

AMORTIZACION (3 AÑOS)													
Total software	3.500.000	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222	97.222
amortizacion acumulada													

DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3
Total Equipos	1.583.333	1.583.333	1.583.333
Total muebles y enseres	606.000	606.000	606.000
Total depreciacion	2.189.333	2.189.333	2.189.333
Depreciacion acumulada (equipos)	1.583.333	3.166.667	4.750.000
Depreciacion acumulada (Muebles y enseres)	606.000	1.212.000	1.818.000

AMORTIZACION (3 AÑOS)			
Total software	1.166.667	1.166.667	1.166.667
amortizacion acumulada	1.166.667	2.333.333	3.500.000

## Anexo 4 Presupuesto de ingresos

Presupuesto de ingresos															
	Primer trimestre			Segundo trimestre			Tercer trimestre			Cuarto trimestre					
Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
<b>1. Arepa rellena especial</b>															
Cantidad a vender	304	304	304	304	304	1.521	1.521	1.521	304	304	304	1.521	8.518	31.545	35.046
precio de venta unitario	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
venta Total	1.825.272	1.825.272	1.825.272	1.825.272	1.825.272	9.126.360	9.126.360	9.126.360	1.825.272	1.825.272	1.825.272	9.126.360	51.107.616	189.268.464	210.276.898
<b>2. Arepa rellena con pollo</b>															
Cantidad a vender	203	203	203	203	203	608	608	608	203	203	203	608	4.056	4.506	5.007
precio de venta unitario	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
venta Total	912.636	912.636	912.636	912.636	912.636	2.737.908	2.737.908	2.737.908	912.636	912.636	912.636	2.737.908	18.252.720	20.278.764	22.529.668
<b>3. Arepa rellena con carne</b>															
Cantidad a vender	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	3.042	3.042	3.042	1.014	1.014	1.014	3.042	20.281	22.532	25.033
precio de venta unitario	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
venta Total	4.563.180	4.563.180	4.563.180	4.563.180	4.563.180	13.689.540	13.689.540	13.689.540	4.563.180	4.563.180	4.563.180	13.689.540	91.263.600	101.393.820	112.648.338
<b>4. Chorizos</b>															
Cantidad a vender	101	101	101	101	101	304	304	304	101	101	101	304	2.028	2.253	2.503
precio de venta unitario	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
venta Total	405.616	405.616	405.616	405.616	405.616	1.216.848	1.216.848	1.216.848	405.616	405.616	405.616	1.216.848	8.112.320	9.012.784	10.013.186
<b>5. Picada anca</b>															
Cantidad a vender	203	203	203	203	203	608	608	608	203	203	203	608	4.056	4.506	5.007
precio de venta unitario	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
venta Total	1.014.040	1.014.040	1.014.040	1.014.040	1.014.040	3.042.120	3.042.120	3.042.120	1.014.040	1.014.040	1.014.040	3.042.120	20.280.800	22.531.960	25.032.964
<b>6. Gaseosa</b>															
Cantidad a vender	913	913	913	913	913	2.738	2.738	2.738	913	913	913	2.738	18.253	20.279	22.530
precio de venta unitario	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
venta Total	912.636	912.636	912.636	912.636	912.636	2.737.908	2.737.908	2.737.908	912.636	912.636	912.636	2.737.908	18.252.720	20.278.764	22.529.668
<b>Ventas Totales</b>	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	32.550.684	32.550.684	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	207.269.776	362.764.556	403.030.720
<b>Ventas Netas</b>	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	32.550.684	32.550.684	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	207.269.776	362.764.556	403.030.720
IVA (16%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Retefuente (3,5%)	337.168	337.168	337.168	337.168	337.168	1.139.274	1.139.274	1.139.274	337.168	337.168	337.168	1.139.274	7.254.442	12.696.759	14.106.075
<b>Ingresos efectivo</b>	9.296.212	9.296.212	9.296.212	9.296.212	9.296.212	31.411.410	31.411.410	31.411.410	9.296.212	9.296.212	9.296.212	31.411.410	200.015.334	350.067.797	388.924.645

## 5. Presupuesto de materias primas

### Costo unitario de materias primas por producto

Arepa rellena especial (x unidad)			
Mat. Prima	Cantidad	valor unitario	Valor total
Arepa	1	400	400
Jamon	1	250	250
Queso	1	165	165
Pollo	80	10	800
Carne	80	12	925
Salsas	5	20	100
Papel aluminio	1	28	28
servilletas	5	8	40
chimichurri	6	4	24
papitas	3	3	9
Total			2.741

Arepa rellena de pollo (x unidad)			
Mat. Prima	Cantidad	Valor unitario	valor total
Arepa	1	400	400
Pollo	130	10	1.300
salsas	5	20	100
papel aluminio	1	28	28
servilletas	5	8	40
chimichurri	6	4	24
papitas	3	3	9
Total			1.901

Arepa rellena de carne			
Mat. Prima	cantidad	valor unitario	valor total
Arepa	1	400	400
Carne	130	12	1.502
salsas	5	20	100
papel aluminio	1	28	28
servilletas	5	8	40
chimichurri	6	4	24
papitas	3	3	9
Total			2.103

Chorizos (x unidad)			
Mat. Prima	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Chorizo	1	1.000	1.000
Palillo	1	26	26
servilleta	5	8	40
Arepas	2	50	100
plato	1	65	65
chimichurri	6	4	24
Total			1.255

Picada anca (x unidad)			
Mat. Prima	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Punta de anca	100	10	1.000
palillo	2	7	13
Arepas	2	50	100
Plato	1	65	65
Servilleta	5	8	40
chimichurri	6	4	24
Total			1.242

Gaseosa			
Mat prima	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gaseosa	1	583	583
pitillo	1	3	3
Total			586

Salsas		
mostaza	1	4
tomate	1	3
rosada	1	4
piña	1	3
ajo	1	5
Total		20

Chimichurri x 400 g			
Cebolla larga	0	400	98
5 dientes de	5	9	43
aceite	1	300	300
cilantro	3	250	750
perejil	1	250	250
vinagre	1	200	200
sal	1	1	1
azucar	1	2	2
			1.644

## Presupuesto de materias primas (continuación)

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS															
	Mes 1	mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Arepas(unid)</b>	1.521	1.521	1.521	1.521	1.521	5.172	5.172	5.172	1.521	1.521	1.521	5.172	32.855	58.583	65.086
Costo unitario	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Costo total	608.424	608.424	608.424	608.424	608.424	2.068.642	2.068.642	2.068.642	608.424	608.424	608.424	2.068.642	13.141.958	23.433.238	26.034.283
<b>Carne (libras)</b>	251	251	251	251	251	852	852	852	251	251	251	852	5.419	9.554	10.614
Costo unitario	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775	5.775
Costo total	1.452.308	1.452.308	1.452.308	1.452.308	1.452.308	4.919.108	4.919.108	4.919.108	1.452.308	1.452.308	1.452.308	4.919.108	31.294.897	55.171.757	61.295.716
<b>pollo (libras)</b>	89	89	89	89	89	365	365	365	89	89	89	365	2.174	5.948	6.609
Costo unitario	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Costo total	446.178	446.178	446.178	446.178	446.178	1.825.272	1.825.272	1.825.272	446.178	446.178	446.178	1.825.272	10.870.509	29.742.187	33.043.512
<b>punta de anca (libras)</b>	41	41	41	41	41	122	122	122	41	41	41	122	811	901	1.001
Costo unitario	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Costo total	202.808	202.808	202.808	202.808	202.808	608.424	608.424	608.424	202.808	202.808	202.808	608.424	4.056.160	4.506.392	5.006.593
<b>chorizos</b>	101	101	101	101	101	304	304	304	101	101	101	304	2.028	2.253	2.503
Costo unitario	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Costo total	101.404	101.404	101.404	101.404	101.404	304.212	304.212	304.212	101.404	101.404	101.404	304.212	2.028.080	2.253.196	2.503.296
<b>salsas (gramo)</b>	7.605	7.605	7.605	7.605	7.605	25.858	25.858	25.858	7.605	7.605	7.605	25.858	164.274	292.915	325.429
Costo unitario	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Costo total	30.117	30.117	30.117	30.117	30.117	102.398	102.398	102.398	30.117	30.117	30.117	102.398	650.527	1.159.945	1.288.697
<b>chimichurri (gramo)</b>	10.952	10.952	10.952	10.952	10.952	36.505	36.505	36.505	10.952	10.952	10.952	36.505	233.635	392.056	435.574
Costo unitario	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Costo total	43.807	43.807	43.807	43.807	43.807	146.022	146.022	146.022	43.807	43.807	43.807	146.022	934.539	1.568.224	1.742.294
<b>servilletas (unidad)</b>	9.126	9.126	9.126	9.126	9.126	30.421	30.421	30.421	9.126	9.126	9.126	30.421	194.696	326.713	362.978
Costo unitario	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Costo total	73.011	73.011	73.011	73.011	73.011	243.370	243.370	243.370	73.011	73.011	73.011	243.370	1.557.565	2.613.707	2.903.824
<b>papel aluminio (unidad)</b>	1.521	1.521	1.521	1.521	1.521	5.172	5.172	5.172	1.521	1.521	1.521	5.172	32.855	58.583	65.086
Costo unitario	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Costo total	42.590	42.590	42.590	42.590	42.590	144.805	144.805	144.805	42.590	42.590	42.590	144.805	919.937	1.640.327	1.822.400
<b>pitillos (unidad)</b>	913	913	913	913	913	2.738	2.738	2.738	913	913	913	2.738	18.253	20.279	22.530
Costo unitario	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Costo total	2.738	2.738	2.738	2.738	2.738	8.214	8.214	8.214	2.738	2.738	2.738	8.214	54.758	60.836	67.589
<b>Gaseosas (unidad)</b>	913	913	913	913	913	2.738	2.738	2.738	913	913	913	2.738	18.253	20.279	22.530
Costo unitario	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583	583
Costo total	532.067	532.067	532.067	532.067	532.067	1.596.200	1.596.200	1.596.200	532.067	532.067	532.067	1.596.200	10.641.336	11.822.519	13.134.796
<b>papitas (gramo)</b>	4.563	4.563	4.563	4.563	4.563	15.515	15.515	15.515	4.563	4.563	4.563	15.515	98.565	175.749	195.257
Costo unitario	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Costo total	13.690	13.690	13.690	13.690	13.690	46.544	46.544	46.544	13.690	13.690	13.690	46.544	295.694	527.248	585.771

## Presupuesto de materias primas (continuación)

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS															
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
<b>palillos pequeños (unidad)</b>	406	406	406	406	406	1.217	1.217	1.217	406	406	406	1.217	8.112	9.013	10.013
Costo unitario	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Costo total	2.637	2.637	2.637	2.637	2.637	7.910	7.910	7.910	2.637	2.637	2.637	7.910	52.730	58.583	65.086
<b>platos (unidad)</b>	304	304	304	304	304	913	913	913	304	304	304	913	6.084	6.760	7.510
Costo unitario	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Costo total	19.774	19.774	19.774	19.774	19.774	59.321	59.321	59.321	19.774	19.774	19.774	59.321	395.476	439.373	488.143
<b>Arepas pequeñas (unidad)</b>	608	608	608	608	608	1.825	1.825	1.825	608	608	608	1.825	12.168	13.519	15.020
Costo unitario	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Costo total	30.421	30.421	30.421	30.421	30.421	91.264	91.264	91.264	30.421	30.421	30.421	91.264	608.424	675.959	750.989
<b>Costo Total materias primas</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>12.171.705</b>	<b>12.171.705</b>	<b>12.171.705</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>12.171.705</b>	<b>77.502.590</b>	<b>135.673.493</b>	<b>150.732.989</b>
<b>Costo neto Materias primas</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>12.171.705</b>	<b>12.171.705</b>	<b>12.171.705</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>3.601.971</b>	<b>12.171.705</b>	<b>77.502.590</b>	<b>135.673.493</b>	<b>150.732.989</b>
Iva (16%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Retefuente (3,5%)	126.069	126.069	126.069	126.069	126.069	426.010	426.010	426.010	126.069	126.069	126.069	426.010	2.712.591	4.748.572	5.275.655
<b>Costo neto descontada retefte</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>11.745.695</b>	<b>11.745.695</b>	<b>11.745.695</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>3.475.902</b>	<b>11.745.695</b>	<b>74.790.000</b>	<b>130.924.921</b>	<b>145.457.334</b>

## Anexo 6. Presupuesto de mano de obra

Políticas prestaciones sociales	
Concepto	Porcentaje
Cesantias	8,33%
intereses sobre cesantias	1%
prima semestral	8,33%
Vacaciones	4,17%
Caja de compensacion familiar	4%
ICBF	3%
SENA	2%
Pensiones	10,13%
Medicina	8%
Riesgo profesional	2%
<b>Total prestaciones</b>	<b>50,96%</b>

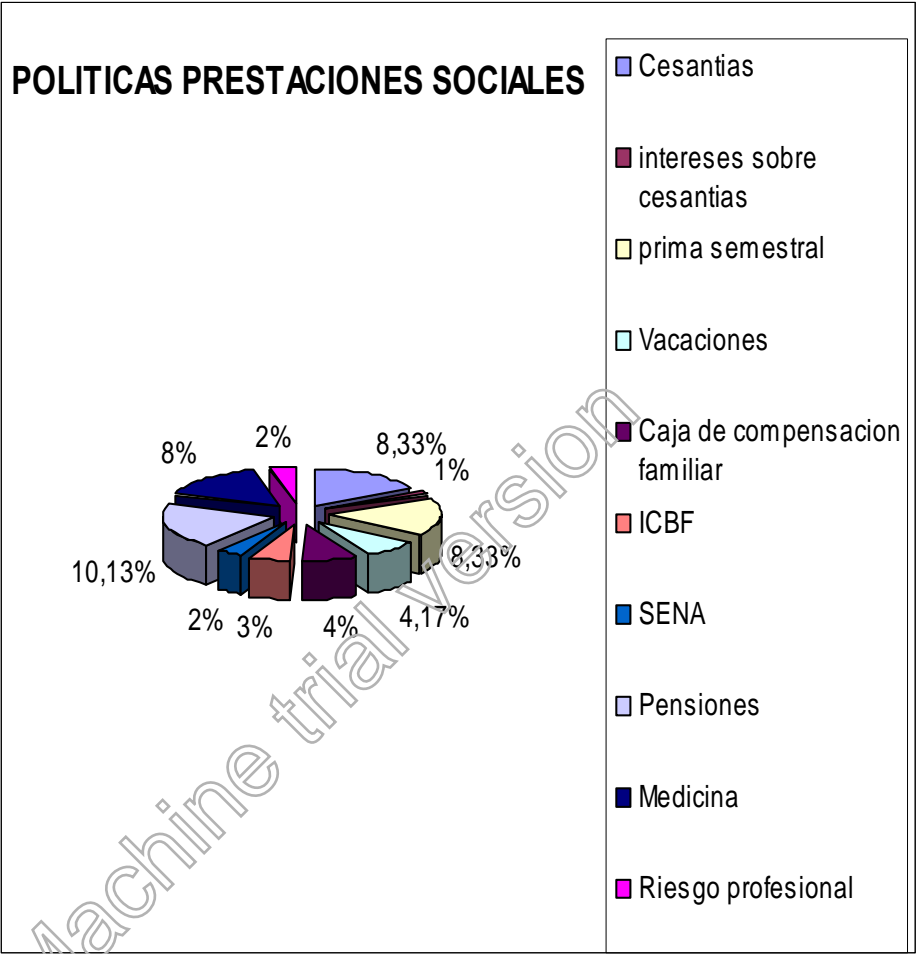
Prestaciones	21,83%
Parafiscales	29,13%
<b>Total</b>	<b>50,96%</b>

PRESUPUESTO MANO DE OBRA												
Cargo	cantidad	Salario mensual	salario total	Prestaciones mensuales	Monto por cargo	Salario anual	Salarios totales	Prestaciones anuales	monto total por cargo	Año 1	Año 2	Año 3
Meseros	5	200.000	1.000.000	218.300	1.218.300	12.000.000	60.000.000	13.098.000	73.098.000	73.098.000	73.098.000	73.098.000
chef	1	200.000	200.000	43.660	243.660	2.400.000	2.400.000	523.920	2.923.920	2.923.920	2.923.920	2.923.920
Administrador	1	408.000	408.000	89.066	497.066	4.896.000	4.896.000	1.068.797	5.964.797	5.964.797	5.964.797	5.964.797
<b>Total costo mano de obra</b>	<b>7</b>		<b>1.608.000</b>	<b>351.026</b>	<b>1.959.026</b>		<b>67.296.000</b>	<b>14.690.717</b>	<b>81.986.717</b>	<b>81.986.717</b>	<b>81.986.717</b>	<b>81.986.717</b>

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL															
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
Salario basico	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	1.608.000	19.296.000	19.296.000	19.296.000
subsido de transporte	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	333.900	4.006.800	4.006.800	4.006.800
Prima						803.678						803.678	1.607.357	1.607.357	1.607.357
Vacaciones												804.643	804.643	804.643	804.643
Caja compensacion familiar	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	64.320	771.840	771.840	771.840
ICBF	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	48.240	578.880	578.880	578.880
SENA	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	385.920	385.920	385.920
Pensiones	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	162.890	1.954.685	1.954.685	1.954.685
Medicina	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	128.640	1.543.680	1.543.680	1.543.680
Riesgo profesional	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	32.160	385.920	385.920	385.920
Cesantias													1.607.357	1.607.357	1.607.357
Interes sobre cesantias													192.960	192.960	192.960
<b>Total Mano de obra mensual</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>3.213.989</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>2.410.310</b>	<b>4.018.632</b>	<b>33.136.042</b>	<b>33.136.042</b>	<b>33.136.042</b>



**Presupuesto de mano de obra (continuación)**



## Anexo 7. Presupuesto de gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN				
	Mes 0	Año 1	Año 2	Año 3
Arriendo	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Servicios publicos (agua, luz, telefono)	600.000	7.200.000	7.200.000	7.200.000
<b>Impuestos locales</b>				
industria y comercio (1,1% de ventas anuales)		2.279.968	3.990.410	4.433.338
Avisos y tableros (15% de industria y comercio)		341.995	598.562	665.001
registro mercantil (1% de ventas totales)			3.627.646	4.030.307
bomberos			36.000	36.000
Depreciacion equipos		1.583.333	1.583.333	1.583.333
Amortizacion		1.166.667	1.166.667	1.166.667
<b>Total Gastos de operación</b>		<b>18.571.963</b>	<b>24.202.617</b>	<b>25.114.646</b>
Gastos fijos de operación		15.950.000	15.950.000	15.950.000
Gastos Variables de operación		<b>2.621.963</b>	<b>8.252.617</b>	<b>9.164.646</b>
		18.571.963	24.202.617	25.114.646

Políticas de Publicidad	
Año 1	1,0% Ventas anuales (sin Iva)
Año 2	0,6% Ventas anuales (sin Iva)
Año 3	0,4% Ventas anuales (sin Iva)

PRESUPUESTO GASTOS DE ADMINISTRACION				
	Mes 0	Año 1	Año 2	Año 3
Gasto en publicidad	172.725	2.072.698	2.176.587	1.612.123
Gasto transporte	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Gastos papeleria	300.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Asesoría contable	250.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciacion muebles y enseres		606.000	606.000	606.000
<b>Total gastos de administracion</b>		<b>15.278.698</b>	<b>15.382.587</b>	<b>14.818.123</b>
Gastos fijos de administracion		7.206.000	7.206.000	7.206.000
Gastos Variables de administracion		8.072.698	8.176.587	7.612.123

PRESUPUESTO DE GASTOS DIFERIDOS				
	Mes 0	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de constitucion		500.000		

## Anexo 8. Impuestos

IVA POR PAGAR															
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
Iva cobrado en ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Iva pagado en compras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Iva a pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas netas	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	32.550.684	32.550.684	9.633.380	9.633.380	9.633.380	32.550.684	207.269.776	362.764.556	403.030.720
														1.750	1.111
IMPUESTOS LOCALES															
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3
Industria y comercio	105.967	105.967	105.967	105.967	105.967	358.058	358.058	358.058	105.967	105.967	105.967	358.058	2.279.968	3.990.410	4.433.338
Avisos y tableros	15.895	15.895	15.895	15.895	15.895	53.709	53.709	53.709	15.895	15.895	15.895	53.709	341.995	598.562	665.001
Total impuestos locales	121.862	121.862	121.862	121.862	121.862	411.766	411.766	411.766	121.862	121.862	121.862	411.766	2.621.963	4.588.972	5.098.339
BALANCE DE RETEFUENTE															
Retefuente de Ingresos	337.168	337.168	337.168	337.168	337.168	1.139.274	1.139.274	1.139.274	337.168	337.168	337.168	1.139.274	7.254.442	12.696.759	14.106.075
Retefuente de compras	126.069	126.069	126.069	126.069	126.069	426.010	426.010	426.010	126.069	126.069	126.069	426.010	2.712.591	4.748.572	5.275.655
Retefuente por descontar	211.099	211.099	211.099	211.099	211.099	713.264	713.264	713.264	211.099	211.099	211.099	713.264	4.541.851	7.948.187	8.830.421
IVA POR PAGAR	Año 1	Año 2	Año 3												
Iva cobrado en ventas	0	0	0												
Iva pagado en compras	0	0	0												
Total Iva a pagar	0	0	0												
Ventas netas	207.269.776	362.764.556	403.030.720												
IMPUESTOS LOCALES	Año 1	Año 2	Año 3												
Industria y comercio	2.279.968	3.990.410	4.433.338												
Avisos y tableros	341.995	598.562	665.001												
Total impuestos locales	2.621.963	4.588.972	5.098.339												
Impuestos sin pagar c/ año	411.766	720.675	800.669												
BALANCE RTFTE	Año 1	Año 2	Año 3												
Retefuente de Ingresos	7.254.442	12.696.759	14.106.075												
Retefuente de compras	2.712.591	4.748.572	5.275.655												
Retefuente por descontar	4.541.851	7.948.187	8.830.421												

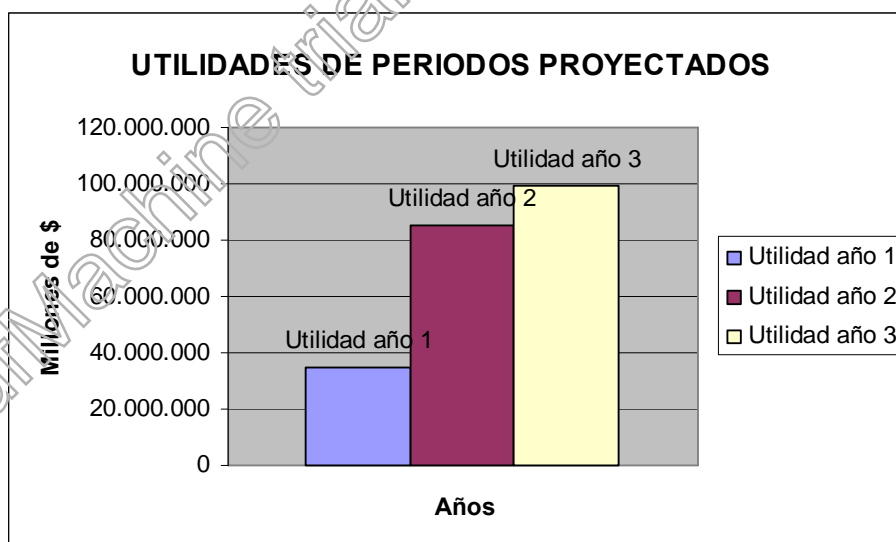
## Anexo 9. Análisis de costos

ANALISIS DE COSTOS			
	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Costos fijos</b>			
Mano de obra	33.136.042	33.136.042	33.136.042
Gastos de Operación	15.950.000	15.950.000	15.950.000
Gastos de administracion	7.206.000	7.206.000	7.206.000
Gastos diferidos	500.000	0	0
<b>Total costos fijos</b>	<b>56.792.042</b>	<b>56.292.042</b>	<b>56.292.042</b>
<b>Costos variables</b>			
Materia prima (sin Iva)	77.502.590	135.673.493	150.732.989
Gastos de operación	2.621.963	8.252.617	9.164.646
Gastos de admnistracion	8.072.698	8.176.587	7.612.123
<b>Total costos variables</b>	<b>88.197.251</b>	<b>152.102.698</b>	<b>167.509.757</b>
<b>Costo total</b>	<b>144.989.292</b>	<b>208.394.739</b>	<b>223.801.799</b>
Numero de unidades vendidas	57.192	85.621	95.125
costo promedio	2.535	2.434	2.353
costo variable unitario	1.542	1.776	1.761
Precio promedio unitario	3.624	4.237	4.237
margen unitario promedio	2.082	2.460	2.476
Punto de equilibrio	27.278	22.880	22.736

## Anexo 10. Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas netas	207.269.776	362.764.556	403.030.720
(-) Costos de materia prima sin Iva	77.502.590	135.673.493	150.732.989
(-) Costos mano de obra	33.136.042	33.136.042	33.136.042
(-) Gastos de operación	18.571.963	24.202.617	25.114.646
(-) Gastos de administración	15.278.698	15.382.587	14.818.123
(-) Gastos diferidos	500.000	0	0
Corrección Monetaria			
<b>Utilidad Gravable</b>	62.280.484	154.369.817	179.228.921
(-) impuesto de renta (38,5%)	23.977.986	59.432.379	69.003.135
Utilidad neta	38.302.497	94.937.437	110.225.787
reserva legal (10%)	3.830.250	9.493.744	11.022.579
<b>Utilidad del periodo</b>	34.472.248	85.443.693	99.203.208

## Anexo 11. Utilidades de periodos proyectados



## Anexo 12. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA													
	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Caja inicial	0	8.220.000	9.307.274	10.146.617	10.985.959	11.825.302	12.664.645	26.545.715	40.640.619	54.735.523	54.985.021	55.824.364	56.663.707
Ingresos Efectivos	0	9.296.212	9.296.212	9.296.212	9.296.212	9.296.212	31.411.410	31.411.410	31.411.410	9.296.212	9.296.212	9.296.212	31.411.410
<b>Total disponible</b>	<b>0</b>	<b>17.516.212</b>	<b>18.603.486</b>	<b>19.442.828</b>	<b>20.282.171</b>	<b>21.121.514</b>	<b>44.076.055</b>	<b>57.957.125</b>	<b>72.052.029</b>	<b>64.031.735</b>	<b>64.281.233</b>	<b>65.120.576</b>	<b>88.075.117</b>
inversiones en activos fijos	11.280.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-) compra de materia prima		3.475.902	3.475.902	3.475.902	3.475.902	3.475.902	11.745.695	11.745.695	11.745.695	3.475.902	3.475.902	3.475.902	11.745.695
(-) Mano de obra		2.410.310	2.410.310	2.410.310	2.410.310	2.410.310	3.213.989	2.410.310	2.410.310	2.410.310	2.410.310	2.410.310	4.018.632
(-) Gastos de operación		1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000	1.100.000
(-)Gastos de administración		1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725	1.222.725
(-)Gastos diferidos	500.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(-)Iva				0		0		0		0		0	
(-) retribución			126.069	126.069	126.069	126.069	126.069	426.010	426.010	426.010	126.069	126.069	126.069
(-) impuestos locales			121.862	121.862	121.862	121.862	121.862	411.766	411.766	411.766	121.862	121.862	121.862
(-) impuesto de renta													
<b>Total Egresos</b>	<b>11.780.000</b>	<b>8.208.938</b>	<b>8.456.869</b>	<b>8.456.869</b>	<b>8.456.869</b>	<b>8.456.869</b>	<b>17.530.340</b>	<b>17.316.506</b>	<b>17.316.506</b>	<b>9.046.714</b>	<b>8.456.869</b>	<b>8.456.869</b>	<b>18.334.983</b>
<b>Neto disponible</b>	<b>-11.780.000</b>	<b>9.307.274</b>	<b>10.146.617</b>	<b>10.985.959</b>	<b>11.825.302</b>	<b>12.664.645</b>	<b>26.545.715</b>	<b>40.640.619</b>	<b>54.735.523</b>	<b>54.985.021</b>	<b>55.824.364</b>	<b>56.663.707</b>	<b>69.740.134</b>
Aporte de socios	20.000.000												
Distribución de excedentes													
Caja final	8.220.000	9.307.274	10.146.617	10.985.959	11.825.302	12.664.645	26.545.715	40.640.619	54.735.523	54.985.021	55.824.364	56.663.707	69.740.134

## Flujo de caja (continuación)

FLUJO DE CAJA (CONT)			
	Año 1	Año 2	Año 3
Caja inicial	8.220.000	69.740.134	197.986.000
Ingresos Efectivos	200.015.334	350.067.797	388.924.645
<b>Total disponible</b>	<b>208.235.334</b>	<b>419.807.931</b>	<b>586.910.645</b>
inversiones en activos fijos	0	0	0
(-) compra de materia prima	74.790.000	130.924.921	145.457.334
(-) Mano de obra	31.335.725	33.136.042	33.136.042
(-) Gastos de operación	13.200.000	16.863.646	16.890.500
(-)Gastos de administracion	14.672.698	14.776.587	14.212.123
(-)Gastos diferidos	0	0	0
(-)Iva	0	0	0
(-) retefuente	2.286.581	4.778.868	5.231.731
(-)impuestos locales	2.210.197	4.618.323	5.055.891
(-) impuesto de renta	0	16.723.544	46.735.620
<b>Total Egresos</b>	<b>138.495.200</b>	<b>221.821.931</b>	<b>266.719.241</b>
Neto disponible	69.740.134	197.986.000	320.191.404
Aporte de socios	0	0	0
Distribucion de excedentes	0	0	0
caja final	69.740.134	197.986.000	320.191.404

### Anexo 13. Balance general

BALANCE GENERAL				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
<b>ACTIVO</b>				
Caja y bancos	8.220.000	69.740.134	197.986.000	320.191.404
Cuentas por cobrar	0	0	0	
Anticipo de impuestos	0	7.254.442	12.696.759	14.106.075
<b>Total Activos corrientes</b>	8.220.000	76.994.576	210.682.759	334.297.479
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Activos depreciables	7.780.000	7.780.000	7.780.000	7.780.000
Depreciacion acumulada	0	2.189.333	4.378.667	6.568.000
Activos Amortizables	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Amortizacion acumulada	0	1.166.667	2.333.333	3.500.000
Diferidos	500.000	0	0	0
<b>Total Activos fijos</b>	11.780.000	7.924.000	4.568.000	1.212.000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	20.000.000	84.918.576	215.250.759	335.509.479
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO CORRIENTE</b>				
Prestaciones sociales por pagar	0	1.800.317	1.800.317	1.800.317
Cuentas por pagar	0	0		
Impuestos de renta	0	23.977.986	59.432.379	69.003.135
Impuestos locales	0	411.766	382.414	800.669
IVA por pagar	0	0	0	0
Retefuente por pagar	0	426.010	395.714	439.638
<b>Total Pasivo corriente</b>	0	26.616.079	62.010.825	72.043.758
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital social	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Revalorizacion del patrimonio	0	0	0	0
Resultado de ejercicios anteriores	0	0	34.472.248	119.915.941
Utilidades o pérdidas del ejercicio	0	34.472.248	85.443.693	99.203.208
Reserva legal	0	3.830.250	13.323.993	24.346.572
<b>Total patrimonio</b>	20.000.000	58.302.497	153.239.935	263.465.721
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	20.000.000	84.918.576	215.250.759	335.509.479
Diferencia	0	0	0	0



## Anexo 14. Flujo de caja neto

FLUJO DE CAJA NETO				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad neta		34.472.248	85.443.693	99.203.208
Total depreciacion		2.189.333	2.189.333	2.189.333
Total Amortizacion		1.166.667	1.166.667	1.166.667
Correccion monetaria		0	0	0
<b>1. Flujo de fondos netos del periodo</b>		37.828.248	88.799.693	102.559.208
Inversiones en activos fijos del periodo	11.280.000	0	0	0
Gastos diferidos	500.000	0	0	0
colchon de efectivo	8.220.000	10.363.489	18.138.228	20.151.536
<b>2. Inversiones netas del periodo</b>	20.000.000	10.363.489	18.138.228	20.151.536
<b>3. Liquidacion del negocio</b>	0	0	0	48.501.717
<b>4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos</b>	<b>-20.000.000</b>	27.464.759	70.661.466	130.909.389
TIR	215%			
VPN	162.848.145			
Balance del proyecto	<b>-20.000.000</b>	6.064.759	76.726.224	207.635.613
Periodo de pago descontado	1,086			